

Maiju Tukiainen

SÄHKÖINEN  
ITSEILMOITTAUTUMINEN  
Etelä-Savon sairaanhoitopiiri

Opinnäytetyö  
Liiketalouden koulutusohjelma


Marraskuu 2013




**MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU**

Mikkeli University of Applied Sciences

## KUVAILULEHTI

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>	<p><b>Opinnäytetyön päivämäärä</b></p> <p>12.11.2013</p>	
<p><b>Tekijä(t)</b></p> <p>Maiju Tukiainen</p>	<p><b>Koulutusohjelma ja suuntautuminen</b></p> <p>Liiketalouden koulutusohjelma, markkinointi</p>	
<p><b>Nimeke</b></p> <p>Sähköinen itseilmoittautuminen</p>		
<p><b>Tiivistelmä</b></p> <p>Opinnäytetyöni toimeksiantajana on Etelä-Savon sairaanhoitopiiri, joka ottaa syksyn 2013 aikana käyttöön sähköisen itseilmoittautumisjärjestelmän. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden, eli varatulle vastaanottoajalle saapuvien potilaiden kokemuksia uuden palvelun käytettävyydestä sekä asiainnin sujuvuudesta. Tutkimuksessa selvitettiin myös asiakkaiden mielipidettä automaatin käyttöohjeistuksesta, sekä sairaalan opasteista.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytettiin määrällistä eli kvantitatiivista menetelmää. Tutkimus suoritettiin kyselylomakkeen avulla syyskuun 2013 alussa, lomake koostui pääosin suljetuista kysymyksistä liittyen automaattilla asiointiin. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat sairaalaan varatulle vastaanottoajalle saapuvat asiakkaat. Vastauksia kyselyyn saatiin yhteensä 78 kappaletta ja tutkimusaineisto analysointiin SPSS-ohjelmalla.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys jakautuu kolmeen päälukuun. Ensimmäisessä käsittelen palvelua, miten palvelu määritellään, mitkä ovat palvelun peruspiirteet ja mitä on laadukas palvelu. Toisessa luvussa käsittelen teknologiaa ja palvelua, miten teknologinen kehitys on vaikuttanut myös palveluiden kehittymiseen ja tuottavuuden tehostamiseen palvelualoilla. Kolmannessa luvussa kerron mitä on palvelumuotoilu, mistä elementeistä se koostuu ja miten suunnitteluprosessi etenee.</p> <p>Tutkimustulokset kertovat, että sähköinen itseilmoittautuminen on saanut hyvän vastaanoton asiakkaiden keskuudessa. Vastaajista suurin osa oli iältään 56–75-vuotiaita ja heidän mielestään automaatin käyttö oli pääosin helppoa ja asiointi koettiin nopeaksi. Tulosten perusteella vastaajat kokivat myös automaatin käyttöohjeistuksen riittävänä ja sairaalan opasteet selkeiksi.</p>		
<p><b>Asiasanat (avainsanat)</b></p> <p>palvelumuotoilu, sähköinen asiointi, palvelun laatu, käyttäjälähtöisyys</p>		
<p><b>Sivumäärä</b></p> <p>54 + liitteet 7</p>	<p><b>Kieli</b></p> <p>suomi</p>	<p><b>URN</b></p>
<p><b>Huomautus (huomautukset liitteistä)</b></p>		
<p><b>Ohjaavan opettajan nimi</b></p> <p>Sami Heikkinen</p>	<p><b>Opinnäytetyön toimeksiantaja</b></p> <p>Etelä-Savon sairaanhoitopiiri</p>	

## DESCRIPTION

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>		<b>Date of the bachelor's thesis</b>  12 November 2013
<b>Author(s)</b>  Maiju Tukiainen	<b>Degree programme and option</b>  Business Management, Marketing	
<b>Name of the bachelor's thesis</b>  Electronic self-registration		
<b>Abstract</b>  <p>This bachelor's thesis was assigned by Etelä-Savo Hospital District which introduce new patient self-registration system in autumn 2013. The purpose was to find out how customers experience availability and fluidity of the new electronic service. In addition, the study also investigated customers' opinions about instructions of self-registration system and hospital signals.</p> <p>The study was conducted by a questionnaire at the beginning of September 2013. The questionnaire consisted mainly of closed questions about experiences of electronic service, so the research method was quantitative. Answers to the questionnaire were received from a total of 78 and the obtained information was analyzed with using SPSS-program.</p> <p>The theoretical framework of this thesis is divided into three main sections. The first one I explain the service, how it is defined, what the main features of the service are and what the quality of service is. The second section examines the technology and service. How technological development has also influenced the development of service. In the third section I explain the definition of service design, its contents and the elements of the design process.</p> <p>The result of the study showed that patient self-registration system has been well received among users. Most of the respondents were aged between 56-75 years of age, and they were mostly satisfied with availability of self-registration system. They also experienced that using electronic service was fluent, and instructions were clear and adequate.</p>		
<b>Subject headings, (keywords)</b>  service design, electronic service, quality of service, user orientation		
<b>Pages</b> 54p. + app. 7 p	<b>Language</b> Finnish	<b>URN</b>
<b>Remarks, notes on appendices</b>		
<b>Tutor</b>  Sami Heikkinen	<b>Bachelor's thesis assigned by</b>  Etelä-Savo Hospital District	

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	1
2	PALVELU.....	2
2.1	Palvelun määritelmä .....	2
2.2	Palvelun peruspiirteet .....	4
2.3	Laadukas palvelu .....	6
2.4	Totuuden hetki .....	8
2.5	Palvelun koettu kokonaislaatu .....	10
2.5.1	Imago .....	11
2.5.2	Tekninen laatu ja toiminnallinen laatu.....	12
3	TEKNOLOGIA MUKANA PALVELUSSA .....	13
3.1	Sähköiset palvelut .....	14
3.2	Näkymätön palveluprosessi ja näkyvä vuorovaikutustilanne.....	15
3.3	Tuottavuuden tehostaminen.....	16
4	PALVELUMUOTOILU .....	17
4.1	Palvelumuotoilun määritelmä.....	18
4.2	Palvelumuotoilun tavoite .....	19
4.3	Palvelumuotoilun elementit .....	20
4.3.1	Palvelupolku .....	20
4.3.2	Palvelutuokio .....	21
4.3.3	Palvelun kontaktipisteet .....	22
4.4	Suunnitteluprosessi .....	24
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	28
5.1	Etelä-Savon sairaanhoitopiiri.....	29
5.2	Tutkimusmenetelmät .....	30
5.3	Tutkimusaineisto.....	31
5.4	Aineiston kerääminen ja analysointi.....	33
6	SÄHKÖINEN ITSEILMOITTAUTUMINEN .....	34
6.1	Taustatiedot.....	34
6.2	Käyttökokemukset .....	37
6.3	Käyttöohjeistus ja opasteet .....	41
6.4	Avoimet kommentit .....	42

7	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET.....	43
7.1	Taustatiedot.....	43
7.2	Sähköinen asiointi.....	44
7.3	Asiainnin sujuvuus .....	46
7.4	Työn luotettavuus .....	47
8	LOPUKSI.....	49
	LÄHTEET.....	52
	LIITE/LIITTEET	
	1 Kyselylomake	
	2 Jakaumataulukot	

## 1 JOHDANTO

Palvelujen muuttuminen sähköiseksi on koko ajan yleisempää, ja teknologian jatkuva kehitys antaa tähän yhä paremmat mahdollisuudet. Yritysten ja organisaatioiden on pystyttävä vastaamaan asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin joko kehittämällä jo olemassa olevia palveluita tai tuomalla markkinoille kokonaan uusia palvelumuotoja. Palvelun sähköistäminen on yksi tällainen toimenpide, jolla tuodaan asiakkaalle uusi tapa ja vaihtoehto asioimiseen. Sähköisen palvelun ei tarvitse korvata perinteistä palvelumuotoa, vaan sen avulla voidaan täydentää palveluja.

Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimii Etelä-Savon sairaanhoitopiiri. Toimeksiantaja ottaa käyttöön syksyn 2013 aikana sähköisen itseilmoittautumisen. Tämä tarkoittaa sitä, että jatkossa potilas suorittaa itse ilmoittautumisensa varatulle vastaanottoajalle. Ilmoittautuminen tehdään tähän varatuilla automaateilla. Tämä palvelu tulee perinteisen vastaanottopisteellä asioimisen rinnalle, joten sähköisellä palvelulla ei pyritä kokonaan korvaamaan aiempaa asiointitapaa. Opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää asiakkaiden käyttökokemuksia ja mielipiteitä palvelusta sekä opastuksen toimivuudesta niin automaatin suhteen kuin yleisestikin sairaalassa. Tutkimusongelmana on, miten asiakkaat kokevat sähköisen palvelun käytön ja asioinnin sujuvuuden.

Tutkimus suoritettiin kyselylomakkeella syyskuussa 2013. Kyselylomakkeita jaettiin paikan päällä sairaalassa ilmoittautumispisteen yhteydessä. Kyselylomake koostuu pääsääntöisesti strukturoiduista, eli suljetuista kysymyksistä, joissa vastausvaihtoehdot ovat valmiina. Mukana on myös muutama asteikkokysymys, joiden avulla halutaan selvittää vastaajan mielipidettä käyttökokemukseen liittyen. Kyselyyn saatiin vastauksia yhteensä 78 kappaletta.

Opinnäytetyöni teorettinen viitekehys koostuu kolmesta pääluvusta. Ensimmäisessä käsittelen palvelua yleisesti, mitä termi tarkoittaa, mitkä ovat palvelun peruspiirteet, mitä on hyvä palvelu ja mitkä tekijät vaikuttavat palvelun koettuun kokonaisuuteen. Toisessa luvussa käsitellään sähköisiä palveluita, miten teknologia on mukana palveluiden tuottamisessa ja kehittämisessä sekä miten tuottavuutta tehostetaan sähköisten palveluiden avulla. Kolmas ja viimeinen teorialuku käsittelee palvelumuotoilua. Tässä käyn läpi termin määritelmän, mistä elementeistä palvelumuotoilu koostuu ja miten suunnitteluprosessi etenee.

## 2 PALVELU

Kaikki tietävät sanan palvelu ja osaavat yhdistää sen erilaisiin tilanteisiin. Tarkoitukseni on tässä kappaleessa avata enemmän palvelun määritelmää, mitä ominaispiirteitä palvelussa on, mikä tekee palvelusta laadukkaan ja mitkä tekijät vaikuttavat näihin asioihin.

### 2.1 Palvelun määritelmä

Palvelua käsitteenä on vaikea määritellä tai yrittää edes omin sanoin selittää sen sisältöä. Palvelu on kokemus. Grönroos (2000, 52) määrittelee kirjassaan palvelun jossain määrin aineettomaksi teoksi tai tekojen sarjaksi, jossa asiakkaan ongelma ratkaistaan yleensä niin, että asiakas, palveluhenkilökunta ja/tai fyysisten resurssien tai tavaroiden ja/tai palvelun tarjoajan järjestelmät ovat vuorovaikutuksessa keskenään.

Palveluun liittyy siis lähes aina vuorovaikutustilanne. Vuorovaikutuksen ei tarvitse tapahtua kahden ihmisen välillä, vaan asiakas voi olla vuorovaikutuksessa palvelun tarjoajan kanssa esimerkiksi sähköisen järjestelmän kautta, mikä nykypäivänä onkin yhä yleisempää. Palvelu tapahtumana kuitenkin tarvitsee aina kaksi osapuolta, tarjoajan ja käyttäjän. Näiden kahden osapuolen välinen vuorovaikutus muodostaa palvelutilanteen.

Ylikoski ja Järvinen (2011, 107) nimeävät perinteiseksi palvelutilanteeksi asiakaspalvelijan ja asiakkaan välisen henkilökohtaisen vuorovaikutuksen palveluprosessin aikana. Nykyisin palvelutilanne muodostuu myös asiakkaan ja koneen välille. Kun asiakas asioi esimerkiksi verkkopankissa, hän ”keskustelee” koneen kanssa palvelun tuotantoprosessin ajan sen sijaan, että häntä palveltaisiin henkilökohtaisesti.

Palvelun käsitettä käytetään eri yhteyksissä tarkoittamaan erilaisia asioita. Palvelulla voidaan viitata esimerkiksi tiettyihin ammatteihin, palvelusektoriin yhtenä talouden osana, eri palvelualoihin tai palvelutoimintoihin, joita on runsaasti eri toimialoilla ja niiden rajapinnoissa. Palvelu voi tarkoittaa myös palvelua tuotteena. (EK 2005, 7.)

Palvelut voidaan jakaa inhimillisyyttä tai käyttäjäystävällisyyttä korostaviin (high-touch) ja tekniikkaa korostaviin (high-tech) palveluihin. Inhimillisyyttä korostavat palvelut ovat riippuvaisia etupäässä palveluprosessiin osallistuvista ihmisistä, kun taas huipputekniset palvelut perustuvat automatisoituihin järjestelmiin ja tietotekniikkaan. Tekniikkapohjaisissa palveluissa asiakkaan itsepalvelun osuus korostuu. Tämä on tietysti olennainen ero, mutta tulee muistaa, että myös inhimillisyyttä korostaviin palveluihin voi sisältyä tekniikkaan perustuvia järjestelmiä, joita tulee hallita ja jotka tulee yhdistää palveluprosessiin asiakaslähtöisesti. (Grönroos 2001, 84.)

Grönroos (2000, 52) käyttää alussa mainitsemani määritelmän yhteydessä esimerkkinä autokorjaamoa. Asiakas ei varsinaisen toimenpiteen, eli auton korjaamisen aikana, ole vuorovaikutuksessa kenenkään kanssa, eikä luultavasti edes tiedä mitä korjauksen yhteydessä tehdään. Vuorovaikutus kuitenkin tapahtuu asiakkaan saapuessa huoltamolle, jolloin auto otetaan vastaan, sekä korjauksen päätyttyä, kun auto luovutetaan takaisin omistajalle. Tämä on palveluprosessi, jossa asiakas muodostaa arvionsa korjaamosta näiden vuorovaikutustilanteiden perusteella.

Tuulaniemi (2011,55) on listannut kirjassaan kaksitoista eri palvelun määritelmää, näitä määritelmiä on olemassa myös paljon enemmän, mikä kertookin siitä, että palvelua ei voida yksiselitteisesti määritellä. Ohessa muutama poiminta Tuulaniemen listasta:

- Palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta tai suoritus.
- Palvelu on tapahtumien ja prosessien summa, joka ratkaisee asiakkaan ongelman.
- Palvelu on abstrakti tuote, jonka arvo syntyy ihmisten välisessä kanssakäymisessä.
- Palvelu on kokemus.
- Palvelussa tuotteen omistajuus ei vaihdu.
- Palvelun keskeinen osa on aineeton.

Tuulaniemi (2011, 55) toteaa, että hänen listaamistaan määritelmistä nousee selvästi esiin neljä eri asiaa: palvelu ratkaisee asiakkaan jonkin ongelman, palvelu on prosessi, koemme palvelun mutta emme omista sitä ja merkittävää on ihmisten välinen vuorovaikutus.



## 2.2 Palvelun peruspiirteet

Palvelujen tärkein piirre on niiden prosessiluonne. Grönroos (2001, 81) on määritellyt palvelut prosesseiksi, jotka koostuvat toiminnoista tai toimintojen sarjoista, eivätkä asioista. Prosessien tuotannossa käytetään monenlaisia resursseja, joita voivat olla esimerkiksi ihmiset, muut resurssit ja järjestelmät. Toimenpiteillä pyritään löytämään asiakkaan ongelmaan ja tarpeeseen ratkaisu. Löydetty ratkaisu taas on palvelun loppu-tulos, jonka tulisi tuottaa asiakkaalle arvoa.

Toinen palvelun peruspiirre on, että ne tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samanaikaisesti. Käytännön esimerkkinä vaikkapa asiakaspalvelutilanne päivittäistavarakaupassa, jolloin asiakas on vuorovaikutuksessa asiakaspalvelijan kanssa joko maksaessaan kassalla tai kysyessään neuvoa. Tämä vuorovaikutus palvelun tarjoajan ja käyttäjän kanssa muodostaa tilanteen, jossa palvelua kulutetaan samaan aikaan kun sitä tuotetaan. Samassa esimerkissä tulee myös esiin Grönroosin (2001, 81) määrittelemä kolmas palvelun peruspiirre, eli asiakas osallistuu palvelun tuotantoprosessiin ainakin jossain määrin.

Asiakas on siis aina läsnä palvelua tuottaessa ja voi myös tarvittaessa itse osallistua tuottamisprosessiin. Kun palvelut luodaan aina asiakkaan läsnä ollessa ja niitä myös kulutetaan samanaikaisesti, niin palveluita ei voi varastoida. Tämä voi tuoda haastetta palveluyrityksille, joiden tulee vastata palveluiden kysyntään oikeilla henkilöstöresursseilla. Mikäli palvelua ei käytetä tietyssä hetkenä ja tietyssä paikassa, sen hyöty menetetään sekä asiakkaan että palveluntarjoajan näkökulmasta (Lämsä & Uusitalo 2002, 19).

Ylikoski (1999, 243) mainitsee kirjassaan, että mikäli asiakkaan halutaan osallistuvan palvelun tuottamiseen, häntä täytyy ohjata. Asiakasta voidaan ohjata joko ennen palvelua, palvelun aikana tai siitä poistuttaessa. Ohjaus voi olla henkilökohtaista tai se voidaan tehdä kylttien, kirjallisten ohjeiden, videoiden tms. avulla. Aluksi on syytä selvittää, mitä taitoja asiakas tarvitsee osatakseen käyttää palvelua. Palveluympäristö tulee luoda sellaiseksi, että asiakkaan osallistuminen on mahdollista.

Näiden edellä mainittujen, kolmen peruspiirteen lisäksi palvelujen ominaisuudeksi on määritelty myös aineettomuus. Tämä onkin yksi merkittävimmistä eroista kun verrataan tavaraa ja palvelua. Palvelu koetaan yleensä subjektiivisesti. Kun asiakkaat kuvaavat palveluja, he käyttävät sanoja kokemus, luottamus, tunne ja turvallisuus. Nämä ovat hyvin abstrakteja tapoja luonnehtia palveluja. Monissa palveluissa on myös hyvin konkreettisiakin osia, kuten ravintolassa tarjoiltu ruoka, mutta palvelun ytimenä on kuitenkin itse ilmiön aineettomuus. Näistä syistä johtuen asiakkaan onkin usein hyvin vaikea arvioida palvelua. (Grönroos 2001, 82–83.)

Pesonen ym. (2002, 23) mainitsee kirjassaan, että palvelujen aineettomuudesta johtuen asiakkaan epävarmuus palvelutuotetta ja sen laatua kohtaan ennen palvelun hankintaa on suurempi kuin fyysisen tuotteen kohdalla. Fyysisen tuotteen ominaisuuksia voidaan testata etukäteen, mutta palvelusta ei ole olemassa niin sanottua mallikappaletta.

Palvelujen luonteeseen kuuluu myös heterogeenisyys, eli palvelut ovat tapahtumina vaihtelevia ja yksilöllisiä. Yhden asiakkaan saama palvelu ei ole koskaan sama kuin seuraavan asiakkaan saama ”sama” palvelu. Vaikka kaikki muu säilyisikin ennallaan, ainakin sosiaalinen suhde on erilainen (Grönroos 2001, 84). Palvelujen heterogeenisyys korostuu etenkin silloin, kun palvelun tuottaminen liittyy ihmisiin. Tämä ominaispiirre voi olla myös haluttu asiakkaiden keskuudessa, jotka odottavat yksilöllistä palvelua. Ylikoski (1999, 25) käyttää kirjassaan palvelujen heterogeenisyydestä esimerkkinä asiointia ravintolassa. Aiemmin koettu, hyvä palvelukokemus ei välttämättä toistu täysin samanlaisena uudestaan, koska tarjoilija voi seuraavalla kerralla olla eri henkilö. Myös sama tarjoilija voi käyttäytyä eri lailla, koska palvelua on vaikea toteuttaa täysin samanlaisena uudelleen.

Palvelut eroavat toisistaan aineettomuuden asteen perusteella sekä sen perusteella, kuinka keskeinen rooli henkilökohtaisella kontaktilla ja vuorovaikutuksella on palvelun tuottamisessa. Virtuaalisessa palvelussa on tärkeää synnyttää luottamus asiakkaan ja yrityksen välille sekä saada asiakas oivaltamaan omat tehtävänsä palvelun tuotannossa. Vakuuttavan ja asiakasta puhuttelevan mielikuvan luominen edellyttää virtuaaliympäristöjen suunnittelun osaamista. (Lämsä & Uusitalo 2002, 22.)

Palvelujen kulutuksen ja tuotannon asiakkaille näkyvät osuudet vaikuttavat aina ratkaisevasti asiakkaiden palvelusta saamaan kokemukseen (Grönroos 2001, 88). Säh-

köisissä palveluissa kokemukset määräytyvät esimerkiksi automaattien ja laitteiden käytön mukaan. Grönroos käyttää kirjassaan esimerkkinä pankkiautomaattia. Asiakkaan kokemaan palvelun laatuun voi vaikuttaa tässä tapauksessa automaatin sijainti, sen käytön helppous ja kuinka turvalliseksi asiakas kokee asioinnin.

### **2.3 Laadukas palvelu**

Koska palvelu on aineeton prosessi, jossa tuotantoa ja kulutusta ei voi täysin erottaa ja jonka lopputuloskin on usein aineeton ja vaikeasti määriteltävä, on myös palvelun laatu monimutkainen käsite. Yleisen näkemyksen mukaan palvelun laatu on sitä, miten asiakkaat sen kokevat. Laatu on hyvää, kun se vastaa asiakkaan odotuksia. Koettu laatu tuo asiakkaalle arvoa ja saa aikaan asiakastyytyvää. (Jaakkola ym. 2009, 34.) Lämsän ja Uusitalon (2002, 49) mukaan asiakaskeskeisen ajattelun mukaisesti palvelun laatua on tarkasteltava ennen kaikkea asiakkaan kokeman laadun näkökulmasta. Laadukas palvelu tarkoittaa silloin sitä, että asiakkaan kokemus palvelusta vastaa hänen odotustaan tai ylittää sen.

Kuten palvelun peruspiirteissä todettiin, palvelut ovat heterogeenisiä, eli jokainen asiakas kokee laadukkaan palvelun eri tavalla. Tästä johtuen palvelun laadun arvioiminen ja tasaisena pitäminen on haastavaa. Lämsän ja Uusitalon mukaan (2002, 51) asiakkaan palveluun kohdistamat odotukset ovat palvelua ja sen toimittamista koskevia uskomuksia, jotka virittyvät ennen palvelun käyttöä. Odotukset toimivat vertailukohtina, kun asiakas arvioi saamaansa palvelua palvelutapahtuman aikana ja sen jälkeen. Asiakkaan odotukset vaikuttavat osaltaan asiakkaan kokeman palvelun laatuun.

Asiakkaan odotuksiin taas vaikuttavat toisten ihmisten kertomat kokemukset, suositukset ja arvioinnit. Muiden kuluttajien kokemuksilla on erityisen paljon vaikutusta asiakkaaseen silloin, kun hänellä ei ole vielä omaa kokemusta tuotteesta tai palvelusta. Tällöin asiakkaalla ei vielä ole odotuksiaan palvelua kohtaan. Mikäli taas asiakkaalla on aiempaa kokemusta kyseisestä palvelusta tai organisaatiosta, niin näiden pohjalta hänelle on muodostunut myös odotuksia.

Odotukset liittyvät tuotteiden laatuun, ratkaisujen toimivuuteen, ammattimaisuuteen ja asiantuntemukseen, uskottavuuteen, osaamiseen ja yhteistyökykyyn. Ajan myötä odotukset ja asiakkaan vaatimustaso yleensä kasvavat. Asiakastyytyvyyteen pyrkies-

sään yrityksen tulisi pystyä täyttämään tai ylittämään omat lupauksensa ja asiakkaiden odotukset. Odotusarvoihin voidaan vaikuttaa mielikuvien avulla. Mikäli yritys on strategiassaan valinnut korkean laatumielikuvan, se voi tuoda toiminnalle lisäpaineita. Mikäli toiminta ei vastaakaan annettuja lupauksia ja tätä myötä asiakkaiden odotuksia, niin asiakastyytyväisyys laskee ja palvelun laatu koetaan heikoksi. Matalan laatumielikuvan yritys taas täyttää helpommin asiakkaiden odotukset, mutta ei välttämättä herätä asiakkaiden kiinnostusta yritystä kohtaan. (Lecklin 2006, 91–92.)

Kinnunen (2004, 15–16) kirjoittaa, että palvelun tuotantoprosessin päätyttyä asiakas muodostaa käsityksensä palvelun tuottamasta lopputuloksesta. Lopputulos voi olla positiivinen, kuten taloudellinen hyöty ja tehokkuuden sekä luottamuksen kasvu. Lopputulos voi ilmetä myös negatiivisena, jolloin palvelun käyttämisestä onkin aiheutunut asiakkaalle haittaa. Tällöin tilanne on samankaltainen, kuin jos ostetussa fyysisessä tuotteessa on ollut virhe. Palvelujen kohdalla virhetilanteen toteaminen saattaa olla huomattavasti vaikeampaa kuin fyysisten tuotteiden kohdalla. Haluttu lopputulos voi syntyä vain molempien osapuolten toimiessa sopimuksen mukaisesti.

Ylikosken (1999, 125) mukaan myös asiakkaan oma panostus palveluun vaikuttaa siihen, mitä hän odottaa, sekä odotusten tasoon. Itsepalveluperiaatteella toimivissa palveluissa asiakas odottaa, että laitteet toimivat moitteettomasti ja käyttöohjeet ovat selkeät. Odotukset ovat korkeammalla myös silloin, jos asiakas joutuu näkemään paljon vaivaa saadakseen palvelun tai hän joutuu odottamaan palvelua.

Jaakkolan ym. oppaassa palvelujen tuotteistamisesta (2009, 25) mainitaan, että yritysten tulee suunnitella itsepalvelumenetelmät ja muut asiakaskanavat nimenomaan asiakaslähtöisesti, eikä pelkästään teknologian ehdoilla. Palveluntuottamista avustavat menetelmät eivät ole itseisarvo vaan ainoastaan väline mahdollisimman tehokkaan, laadukkaan ja asiakaslähtöisen palvelun toteuttamiseen.

Bergström ja Leppänen (2009, 241–242) toteaa, että yrityksen on seurattava palvelun laatua jatkuvasti. Asiakaskyselyiden ja palautteiden avulla voidaan seurata, onko yrityksen tieto ja käsitys asiakkaiden tarpeista ja odotuksista oikea. Tasainen laatu edellyttää, että tietoa kirjataan riittävästi ja poikkeamat voidaan selvittää. Palvelusta on tärkeää viestiä sen sisältöä niin, että asiakkaan odotukset asettuvat oikealle tasolle. On

myös tärkeää, että vuorovaikutus asiakkaan kanssa on yhteneväistä palvelusta annettavan muun viestinnän kanssa.

## 2.4 Totuuden hetki

Henkilökohtaiset palvelutilanteet kuuluvat olennaisena osana asiakkuuden elinkaareen. Osa niistä on niin tärkeitä, että niiden onnistumiset tai epäonnistumiset vaikuttavat olennaisesti asiakassuhteen jatkuvuuteen tai sen päättymiseen. Tämän vuoksi niitä kutsutaan ”totuuden hetkiksi”. Totuuden hetkien aikana, asiakaskohtaamisissa, palvelu tuotetaan vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Jos totuuden hetket eivät tuota asiakkaalle sitä arvoa, mitä hän niiltä etsii ja edellyttää, on koko asiakkuuden jatkuminen koetuksella. Jos asiakassuhteessa on useita epäonnistuneita totuuden hetkiä peräjälkeen, mielikuva palvelun tuottajasta heikkenee. Päinvastaisissa tilanteissa asiakas yllättyy iloisesti saadessaan enemmän arvoa palvelutilanteessa kuin mitä hän oli odottanut. Onnistuneet totuuden hetket kasvattavat palvelun ja palveluyrityksen arvoa asiakkaan silmissä ja varmistavat asiakassuhteen jatkuvuuden. (Ylikoski & Järvinen 2011, 108.)

Totuuden hetket ovat laatukokemuksen kannalta ratkaisevia tilanteita. Nimensä mukaisesti sillä hetkellä kun palveluntarjoaja ja asiakas kohtaavat, on yrityksellä mahdollisuus näyttää palvelujensa laatu ja lunastaa mahdolliset palvelulupaukset. Etenkin pitkäjänteisiä asiakassuhteita rakentaessa tulee totuuden hetket hoitaa hyvin, sillä jos totuuden hetki ei täytä tai ylitä asiakkaan odotuksia, hän ei luultavasti käytä jatkossa yrityksen palveluja.

Wiskari (2009, 133) on kuvannut kirjassaan totuuden hetkiä, ja erilaisia tapoja miten asiakas mittaa ja arvioi suoritusta kyseisen totuuden hetken aikana. Esimerkki on hyvinkin osuva, sillä siinä käytetään terveyspalveluita tuottavan yksikön totuuden hetkiä. Taulukkoon 1 on poimittu alkuperäisestä esimerkistä neljä ensimmäistä totuuden hetkeä, ja niiden arvioinnin kohdetta. Totuuden hetket on listattu siinä järjestyksessä, kun palveluiden käyttäjä niitä kohtaa.

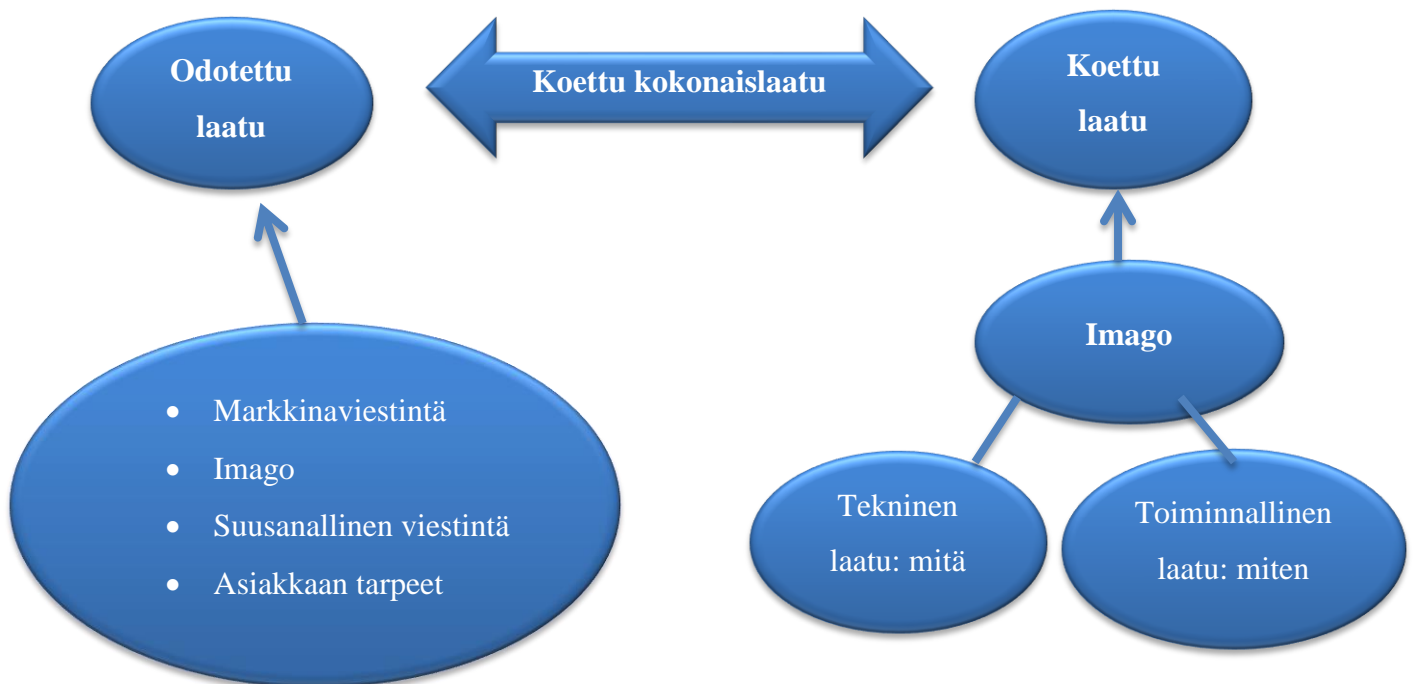
**TAULUKKO 1. Totuuden hetket (Wiskari 2009, 133)**

Totuuden hetki	Arvioinnin kohde
Ajan varaaminen, ensikontakti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- puhelimen hälytysten määrä ennen kuin vastataan</li> <li>- ”voitteko odottaa” –aika</li> <li>- puhelinpalvelussa olevan henkilön antama ensivaikutelma</li> <li>- palvelun odotetun etenemisen ja tapahtuneen palvelun välinen ero ja mihin suuntaan</li> </ul>
Vastaanotolle saapuminen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- helppo löytää, selkeät opasteet</li> <li>- parkkipaikat, erityistarpeet kuten liikuntarajoitteisten palvelut</li> <li>- etäisyydet, portaikot, sisäopasteet</li> </ul>
Sisäänkirjautuminen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- asiakkaan huomiointi, tervehtiminen</li> <li>- ensikontaktin ystävällisyys ja asian eteneminen</li> <li>- ohjeistus ilmoitaututtaessa</li> <li>- sisäänkirjoittautumiseen mennyt aika</li> </ul>
Odotustila	<ul style="list-style-type: none"> <li>- odotusaika</li> <li>- siisteys</li> <li>- odotusaikaa varten varatut palvelut</li> </ul>

Palveluyritysten tulisi analysoida omia totuuden hetkiään, jotta palveluketjua voitaisiin kehittää. Taulukon 1 malli soveltuu minkä tahansa palveluprosessin analysointiin. Wiskari (2009, 135) mainitsee, että omaa suoritustasoa voi arvioida ja mitata kunkin totuuden hetken suhteen käyttämällä apuna asiakaspalautetta, omia muistiinpanoja ja parannusehdotuksia, tuomalla esiin epämiellyttäviä ja toimimattomia kohtia sekä peilaamalla tuloksia omiin, muualta hankittuihin positiivisiin ja toimiviin kokemuksiin.

## 2.5 Palvelun koettu kokonaislaatu

Koska kokemukset palvelun laadusta ovat hyvin yksilöllisiä, niin koettuun kokonaislaatuun vaikuttavat monet tekijät. Kuva 1 kertoo, mitkä tekijät vaikuttavat asiakkaan odottamaan laatuun, kokemaan laatuun ja näin olleen koettuun kokonaislaatuun.



**KUVA 1. Palvelun koettu kokonaislaatu (Grönroos 2001, 105)**

Asiakas muodostaa odotuksia yrityksen tarjoaman markkinointiviestinnän kautta. Tämä pitää sisällään nettisivuston, suoramarkkinoinnin, myyntikampanjat ja printtimainonnan. Nämä ovat yrityksen itsensä hallinnoimia ja suunnitteleimia osa-alueita, joita se pystyy myös itse valvomaan. Jos yritys lupaa mainonnassaan liikoja, niin asiakkaan odotukset vain kasvavat, ja mikäli palvelu ei vastaakaan odotuksia, niin asiakas kokee saavansa heikkoa palvelua. Grönroos (2001, 107) tiivistää asian osuvasti: ”On aina parempi luvata vähän ja tarjota enemmän kuin lupaa.”

Yleisesti ottaen kuluttaja saa markkinointiviestinnästä määrällisesti eniten informaatiota. Mainonnan merkitys kuluttajan tietolähteenä on usein suurimmillaan tiedonetsinnän alkuvaiheessa ja juuri ostopäätöksen edellä. Mainonnan hyödyllisyys riippuu

kuitenkin pitkälti siitä, kuinka informatiivista se on ja missä muodossa informaatio esitetään. (Ylikoski 1999, 99.)

Asiakkaan muodostamiin odotuksiin vaikuttavat myös imago, suusanallinen viestintä, yrityksen aiempi menestys ja ennen kaikkea asiakkaan omat tarpeet. Näitä tekijöitä yritys pystyy valvomaan vain epäsuorasti. Ylikoski (1999, 100) mainitsee kirjassaan, että kuluttajat kokevat ns. sosiaalisen viestinnän luotettavaksi lähteeksi arvioidessaan palveluja. Ystävien ja tuttavien kokemukset antavat hyvää tietoa siitä, millainen palvelukokemus on ollut. Mikäli tuttavapiirissä ei ole aiempaa kokemusta palvelusta, niin kuluttaja kokee tällaisen vaihtoehdon valintaan liittyvän enemmän riskejä kuin sellaisen, josta löytyy muiden kokemuksia.

Asiakkaan odotusarvoon vaikuttavat hänen omien tarpeidensa ohella yrityksen oma markkinaviestintä ja asiakkaan saama muu informaatio. Suoritetussa palvelussa on kaksi puolta, tekninen ja toiminnallinen laatu: mitä palvelu sisältää ja miten hyvin se toteutetaan. Näiden yhteisvaikutuksena syntyy koettu laatu, jota asiakas vertaa omiin odotuksiinsa. (Lecklin 2006, 94.)

Lecklin (2006, 94) mainitsee kirjassaan myös esimerkin odotetun ja koetun laadun välisestä kuilusta. Hienossa ja kalliissa hotellissa illallista nauttiva asiakas odottaa, että ruoka ja palvelu ovat myös tasokkaita. Mikäli nämä ovat vain keskinkertaisia, syntyy kuilu odotetun ja koetun laadun välille. Vaikka palvelu olisikin objektiivisesti katsoen kelvollista, voi kuilu syntyä esimerkiksi, jos palvelua on ylisanoin mainostettu, ja näin luotu asiakkaalle korkea odotusarvo.

### **2.5.1 Imago**

Imago on asiakkaan tunteiden, mielikuvien ja kokemusten summa, yleisvaikutelma palveluorganisaatiosta. Imago vaikuttaa asiakkaan käsityksiin palvelun laadusta ja palvelun tuottamasta tarpeentyydytyksestä. Imago myös muokkaa asiakkaan odotuksia ennen palvelua. Lisäksi se vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen palvelun jälkeen, koska se suodattaa palvelukokemuksia. Kokemukset puolestaan voivat myös muuttaa imagoa: hyvät kokemukset vahvistavat myönteistä imagoa ja päinvastoin. (Ylikoski 1999, 136–137.)



Imago suodattaa niitä kokemuksia, joita asiakkaalle kertyy palveluun liittyvien henkilökohtaisten kohtaamisten aikana sekä aineellisten todistusaineistojen kautta. Myönteinen imago on tärkeä, koska se pehmentää asiakkaan mahdollisten kielteisten kokemusten vaikutusta. Jos asiakkaalla on hyvin vahva positiivinen mielikuva palveluorganisaatioista, yksittäinen palvelussa tapahtuva epäonnistuminen tai virhe ei juuri vaikuta arvioon koko organisaatiosta. Mutta jos huonot kokemukset toistuvat, on todennäköistä, että imago heikkenee. Jos asiakkaan mielikuva yrityksestä on negatiivinen, vähäinkin palveluun liittyvä epäonnistuminen aiheuttaa tyytymättömyyttä. (Lämsä & Uusitalo 2002, 59.)

Pesosen ym. (2002, 90) mukaan ihminen käyttää mielikuvia uuden tiedon käsittelyyn, tapahtumien selittämiseen ja oman käyttäytymisensä suunnitteluun. Jos henkilöllä on kielteinen yleiskuva esimerkiksi jostain yrityksestä, hän antaa sitä koskevalle informaatiolle kielteisen sisällön, selittää itselleen joidenkin asioiden johtuvan yrityksen kielteisyydestä, sekä suunnittelee oman käyttäytymisensä näiden oletusten mukaisesti. Mielikuvat saattavat olla peräisin monesta eri lähteestä, eikä henkilöllä itsellään välttämättä ole omaa kokemusta asiasta. Muilta käyttäjiltä kuultu ja esimerkiksi lehdestä luettu informaatio vaikuttavat mielikuvien syntyyn, ja sitä kautta asiakkaan muodostamaan imagoon yrityksestä. Pesonen ym. (2002,90) mainitsee, että palvelun tuottajan tehtävänä on vaikuttaa siihen, minkälaisia mielikuvia asiakkaat siihen liittävät. Myös julkisten palvelujen tarjoaja tarvitsee myönteistä imagoa.

### **2.5.2 Tekninen laatu ja toiminnallinen laatu**

Koettua kokonaislaatua eivät määrää ainoastaan laadun tekninen ja toiminnallinen ulottuvuus, vaan myös odotetun ja koetun laadun välinen kuilu. Koettuun palveluun vaikuttaa olennaisesti se, mitä ostajan ja myyjän välisessä vuorovaikutuksessa (eli palvelutapaamisessa) tapahtuu. Asiakkaalle on tärkeää mitä he saavat vuorovaikutuksessaan yrityksen kanssa. Kyseessä on yksi laadun ulottuvuus, eli palvelutuotantoprosessin lopputuloksen tekninen laatu, joka jää asiakkaalle kun tuotantoprosessi ja ostajan ja myyjän vuorovaikutus ovat ohi. (Grönroos 2001, 100–106.)

Ylikoski (1999, 118) käyttää kirjassaan esimerkkinä teknisestä laadusta vakuutuksen ottamista. Vakuutuksien kohdalla teknisellä laadulla tarkoitetaan sitä, mitä asiakas vakuutuksen ottaessaan saa. Tämä pitää sisällään vakuutusturvan ja sen ylläpidon,

korvauksen vakuutustapahtumassa ja turvallisuuden edistämisen. Asiakas kokee teknisen laadun hyväksi, mikäli vakuutusturva vastaa hänen omia tarpeita. Asiakas siis muodostaa kokemuksensa siitä, mitä hän saa palvelun, eli vuorovaikutustilanteen lopputuloksena.

Toinen laadun ulottuvuus liittyy palveluntarjoajan toimintaan. Asiakkaan laatukokemukseen vaikuttaa, miten palvelu toimitetaan asiakkaalle sekä koko palveluprosessin sujuvuus. Asiakaspalvelijan käyttäytyminen, kuinka hän hoitaa tehtävänsä, sekä ulkoinen olemus vaikuttaa laatukokemukseen. Tämän vuoksi toista laadun ulottuvuutta kutsutaan prosessin toiminnalliseksi laaduksi. Myös muilla asiakkailla voi olla vaikutusta palvelukokemukseen, esimerkiksi jonotusaika saattaa kasvaa, tai toinen asiakas keskeyttää vuorovaikutustilanteen. (Grönroos 2001, 100–101.)

Ylikoski (1999, 119) käyttää myös toiminnallisesta laadusta edellä mainittua vakuutusmerkkinä. Vakuutuksen ottamisessa toiminnallinen laatu tarkoittaa kaikkea vakuutusturvaan ja sen ylläpitämiseen, korvaustoimintaan ja lisäetuihin liittyvää asiakaspalvelua eli palveluprosessia. Myös kaikki yhteydenpito asiakkaaseen vakuutusturvan voimassaoloaikana kuuluu toiminnalliseen laatuun. Toiminnallisessa laadussa asiakas muodostaa kokemuksensa palveluprosessin sujuvuuden perusteella.

Kinnusen (2004, 23) mukaan asiakkaan käsitys palvelun tuottamasta hyödystä muodostuu teknisen ja toiminnallisen laadun kautta. Asiakas vertailee saamaansa hyötyä ja tekemiään uhrauksia, näiden pohjalta hän kokee saaneensa palvelusta jonkin arvon. Palvelun asiakkaalle tuottama arvo on oikeutus palvelun olemassaololle ja edellytys sen menestymiselle markkinoilla.

### **3 TEKNOLOGIA MUKANA PALVELUSSA**

Opinnäytetyöni toinen teoriakappale käsittelee teknologiaa osana palveluiden tuottamista ja kehittämistä. Vaikka palvelu ei prosessina muutu, niin koko ajan kehittyvä teknologia tuo palvelukulttuuriin muutoksia, ja yhä useampi palvelu sähköistyy.

Koska opinnäytetyöni tutkimusaiheena on sähköinen itseilmoittautuminen, päätin käsitellä teknologian mahdollistamia, sähköisiä palveluita omassa kappaleessaan.

### 3.1 Sähköiset palvelut

Teknologiaa hyödynnetään palveluiden tuotantoprosessissa yhä enemmän ja enemmän. Asiakkaat ovat entistä tottuneempia internet-palveluiden käyttäjiä, joka taas kasvattaa vaatimuksia palveluiden saatavuudesta sähköisesti. Sähköisellä asioinnilla ei ole tarkoitus korvata perinteisiä asiointitapoja, vaan tuoda teknologian avulla vaihtoehto perinteisen asioinnin rinnalle, ja näin ollen parantaa asioinnin sujuvuutta.

Lämsä ja Uusitalo (2002, 110) mainitsevat kirjassaan, että asiakkaat voidaan ryhmitellä heidän valitsemansa jakelutien perusteella. Kun tarjolla on perinteisen asioinnin rinnalla myös sähköinen palvelu, niin asiakas voi itse tehdä valintansa sen perusteella, mikä asiointitapa on heille mieluisin ja sopivin. Osa asiakkaista haluaa edelleen suorittaa ostoksensa henkilökohtaisesti yrityksen toimipisteessä, tai tehdä ajanvarauksen kasvokkain asiakaspalvelijan kanssa. Eri asiakasryhmillä on erilaiset tarpeet ja teknologian vaatimien laitteiden käyttömahdollisuudet ja - taidot. Osa asiakasryhmistä voi kokea saavansa lisäarvoa siitä, että heille tarjotaan mahdollisuus asioida sähköisesti.

Ylikoski ja Järvinen (2011, 139) esittävät kirjassaan mahdollisuuden, että tulevaisuudessa henkilökohtaisesta palvelusta voi tulla asiakkaiden korkealle arvostamaa luksusta, josta ollaan myös valmiita maksamaan. Yhä enemmän yleistyvät ja kehittyvät verkkopalvelut voivat kääntää tilanteen niin, että tulevaisuudessa asiakkaat kokevatkin saavansa lisäarvoa henkilökohtaisesta palvelusta, kun tällä hetkellä tilanne on toisin päin.

Asiakkaiden näkökulmasta verkkopalvelut on yksi palvelukanava muiden joukossa. Internetin välityksellä tarjottavien palvelujen perimmäinen tarkoitus on palvella asiakkaita entistä paremmin tarjoamalla vaihtoehtoinen tapa hoitaa asioita perinteisten kanavien rinnalla. Asiakkaiden käyttäytymiseen verkkopalvelujen kehittyneisyys vaikuttaa eri tavoin. Kehittyneet, helppokäyttöiset verkkopalvelut vähentävät sekä asiakkaan että asiakasneuvojan työtä, joskin asiakkaiden ohjaaminen entistä monipuolisemmiksi verkkopalvelujen käyttäjiksi vie aluksi sekä yhtiön että asiakkaiden resursseja. Ongelmatilanteissa asiakkaat saattavat joutua turvautumaan asiakasneuvojan apuun verkkopalvelujen käytössä. (Ylikoski & Järvinen 2011, 129.)

### 3.2 Näkymätön palveluprosessi ja näkyvä vuorovaikutustilanne

Lämsän ja Uusitalon (2009, 128) mukaan teknologian osuutta voidaan tarkastella kahdella tavalla: näkymättömässä palveluprosessissa, sekä näkyvässä vuorovaikutustilanteessa.

Näkymättömässä palveluprosessissa tekniikan avulla tehostetaan palvelutuotantoa ja parannetaan asiakassuhteiden hallintaa. Nykyisin yritykset voivat tallentaa paljon tietoa asiakkaistaan sähköisiin järjestelmiin ja kanta-asiakasrekistereihin. Näiden helposti saatavilla olevien tietojen avulla asiakkaalle voidaan kohdistaa henkilökohtaisempaa palvelua. Sähköiset asiakastiedot myös helpottavat työntekijöitä asiakkaiden kohtaamisessa ja näin ollen myös tehostavat ja parantavat palvelua. Nämä kaikki toiminnot ovat asiakkaalle näkymättömiä, eikä hän välttämättä edes tiedä niiden olemassaoloa.

Zeithamlin ja Bitnerin (2003, 17–18) mukaan teknologia mahdollistaa sekä asiakkaille että työntekijöille tehokkaan keinon saada ja tarjota palvelua. Työntekijöille teknologia tarjoaa erilaisten ohjelmistojen kautta tukea myyntiin ja asiakassuhteiden hallintaan, joiden avulla voidaan tuottaa parempaa ja tehokkaampaa palvelua. Kun työntekijä pääsee helposti käsiksi yrityksen tuote- ja palveluvalikoimaan sekä asiakastietoihin, pystytään palveluja mukauttamaan asiakkaan tarpeisiin sopivaksi. Teknologian kehityksen myötä asiakkaista ja tuotteista voidaan tallentaa tietoja eri ohjelmistoihin tehokkaammin, ja tietojen päivitys on helppoa.

Mikkelin kaupunki ottaa vuoden 2014 aikana vaiheittain käyttöön uuden sähköisen asiakäsittelyjärjestelmän. Järjestelmä parantaa tiedon käytettävyyttä ja nopeuttaa rutiinitehtäviä, kun tieto siirtyy tulevaisuudessa suoraan asiakkaalta järjestelmään. Henkilöstön työ helpottuu, kun tiedot ovat nykyistä paremmin saatavilla. Asiakkaille, eli kuntalaisille tämä merkitsee palveluiden paranemista, päätöksien nopeutumista ja asiakäsittelyn parempaa seuranta. (Lupaus 2016.) Tämä on yksi käytännön esimerkki näkymättömästä palveluprosessista, jossa hyödynnetään teknologiaa.

Näkyvä vuorovaikutustilanne on palvelutapahtuman tärkeimpiä osa-alueita, näissä tilanteissa asiakas ja palveluntarjoaja kohtaavat ja totuuden hetket tapahtuvat. Teknologian käytön seuraukset ovat asiakkaan kannalta merkityksellisiä etenkin silloin, kun

teknologia korvaa henkilöstön ja vähentää tai poistaa henkilökohtaisen vuorovaikutuksen mahdollisuuden. (Lämsä & Uusitalo 2009, 128.)

### 3.3 Tuottavuuden tehostaminen

Monet palvelualat ovat teollisuuden ohella keskeisiä uuden teknologian kehittäjiä ja ennen kaikkea sen soveltajia. Teknologisten ratkaisujen nykyistäkin tehokkaammalla hyödyntämisellä voidaan parantaa työn tuottavuutta palveluilla. Automaation lisääminen erilaisissa rutiinitehtävissä on yksi tapa parantaa työn tuottavuutta teknologian avulla. Tämän myötä työvoimaa voidaan vapauttaa niihin tehtäviin, jotka eivät ole automatisoitavissa. (EK 2005, 19.)

Valtiovarainministeriön (2005) julkaisemassa muistiossa käsitellään julkisen hallinnon sähköisen asioinnin kehittämissuunnitelmia. Kunnat ja valtion laitokset ovat myös siirtäneet asiointipalveluitansa verkkoon. Tieto- ja viestintäteknikkaa hyödyntämällä asiointipalvelut pystytään tuottamaan vähemmällä henkilötyömäärällä. Kustannustehokkuuden lisäksi tavoitteena on edistää sähköisten palvelujen asiakaskeskeisyyttä sekä uusien asiakaspalvelumallien kehittymistä ja edistää uusien, laadukkaiden sähköisten palvelujen syntymistä.

Sekä isommat valtion laitokset että suuremmat kunnat ovat kiitettävästi avanneet yleisimpiä palvelujaan itsepalvelukäyttöön. Sekä valtion puolella että kunnissa on eräitä sähköisiä asiointipalveluja, jotka ovat saavuttaneet asiakaskunnassaan kiistattoman suosion. Osa viranomaisten tarjoamista lomakkeista ja hakemuksista voidaan jo täyttää ja palauttaa osana sähköistä itsepalvelua. Myös Kela on tuonut markkinoille sähköisen asioinnin palveluita, joiden käyttöaste on varsin korkea. Tyypillistä onnistuneimmille palveluille on palvelun integroituminen palveluprosessiin. (VM 2005, 19.)

Mikkelin kaupunki on mukana Lupaus 2016 – ohjelmassa, jonka tavoitteena on palvelujen ja niiden tuotantoprosessien uudistaminen. Lupaus 2016 uutiskirjeessä (2013) mainitaan, että uudistamistyössä on tarkoitus hyödyntää uusia sähköisiä palveluja, joiden avulla Mikkelistä rakennetaan Suomen ensimmäistä digitaalista kaupunkia. Kuntapalveluiden digitaalisuusastetta nostetaan, ja ohjelmassa kehitetään ja otetaan käyttöön täysin uusia digitaalisia palveluja. Näiden palvelujen avulla pyritään lisää-

mään kunnan tuottavuutta ja tehokkuutta. Samalla palveluprosessien yksinkertaistaminen ja rutiinitehtävien sähköistäminen vapauttaa henkilöstön resursseja virsinaisiin asiakaskohtaamisiin.

Työn tuottavuuden mittaaminen samalla tavalla palvelutuotannossa kuin tavaroiden tuotannossa on ongelmallista. Vaikka teknologia yleisesti ottaen merkitseekin edistystä, voidaan teknologisten ratkaisujen käyttö ja hyödyntäminen tulkita palveluissa myös epäinhimilliseksi tai ei-toivottavaksi vaihtoehdoksi. Teknologia asettuu vastakkain inhimillisyyden kanssa helposti silloin, kun puhutaan teknologian paremmasta hyödyntämisestä esimerkiksi vanhustyössä tai terveydenhuollossa tai sosiaali- ja terveyspalvelujen automatisoinnista ja tehostamisesta teknisten ratkaisujen avulla. Olennaista on pohtia erityisesti sitä, mitä teknologiset ratkaisut tuovat palveluprosesseihin ja millaisia palveluja teknologian avulla voidaan tarjota edelleen loppukäyttäjille. Tämä edellyttää sitä, että teknologiaa kehitetään nykyistä voimakkaammin vuoropuhelussa ja yhteistyössä sen soveltajien ja loppukäyttäjien kanssa. (EK 2005, 19.)

Erilaiset sähköiset ratkaisut ja Internet-palvelut tulevat yleistymään lähivuosina myös terveyspalveluissa. Niillä voidaan parantaa asiakaspalvelua ja lisätä työn tuottavuutta, mutta samalla niillä on vaikutusta erilaisiin rutiinitöihin. Teknologisten ratkaisujen käyttöönotolla voidaan muuttaa monia terveydenhuollon taustatöitä nykyistä tehokkaammin ja järkevämmiin tehtäviksi. (EK 2005, 38.)

Opinnäytetyöni tutkimusaihe, sähköinen itseilmoittautuminen, on juuri esimerkki teknologisesti ratkaisusta, jolla pyritään parantamaan asiakaspalvelua ja tehostamaan toimintaa. Palvelupisteen jonotusajat lyhenevät, kun asiakkaat siirtyvät käyttämään automaattia, ja näin ollen myös henkilöstöresursseja vapautuu muihin tehtäviin. Moni asiakas voi myös kokea yksityisyydensuojan paranevan, kun hän pystyy itse tarkistamaan henkilötietonsa, ja tarvittaessa tekemään niihin korjauksia.

#### **4 PALVELUMUOTOILU**

Opinnäytetyöni kolmannessa teoriakappaleessa käsitellään palvelumuotoilua. Ensimmäisessä kappaleessa määriteltiin palvelu, sekä siihen vaikuttavat tekijät. Nyt määritellään palvelumuotoilu, mitä se on, mitä siihen sisältyy ja mitä tavoitteita palvelu-

muotoilulla halutaan saavuttaa. Mielestäni on tärkeää, että palvelun sisältö on käyty läpi aiemmassa osuudessa, sillä nyt käytävä aihe on palvelun kehittämistä ja uusien suunnittelua.

#### **4.1 Palvelumuotoilun määritelmä**

Yksinkertaisesti määriteltynä palvelumuotoilulla tarkoitetaan palvelujen innovointia, kehittämistä ja suunnittelua muotoilun menetelmin (palvelumuotoilu.fi). Koivisto (2007, 64) määrittelee termin hieman laajemmin kehittymässä olevaksi tutkimus- ja osaamisalaksi, jolla tarkoitetaan palvelujen suunnittelua ja innovointia muotoilulähtöisillä menetelmillä. Palvelumuotoilussa palvelun käyttäjä on aina suunnittelun keskipiste. Koiviston (2007, 64) mukaan palvelumuotoilu laajentaa muotoilun määritelmän ja toiminta-alueen tuotokeskeisyydestä kokonaisvaltaisten kokemusten, prosessien ja systeemien suunnitteluun.

Tuulaniemi (2011, 24–25) kirjoittaa, että palvelumuotoilu on konkreettista toimintaa, joka yhdistää sekä käyttäjien tarpeet ja odotukset että palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi palveluiksi. Palvelumuotoilun avulla organisaatiot pystyvät havaitsemaan palveluiden strategiset mahdollisuudet liiketoiminnassa, sekä innovoimaan uusia palveluja ja kehittämään jo olemassa olevia. Palvelumuotoilu on osaamisala, joka tuo muotoilusta tutut toimintatavat palveluiden kehittämiseen ja yhdistää ne perinteisiin palvelun kehityksen menetelmiin.

Koivisto (2007, 65) on koonnut lopputyöhönsä erilaisia palvelumuotoilun määritelmiä, joista yksi on Lahden ammattikorkeakoulun Muotoportti-projektin tekemä. Siinä määritellään palvelumuotoilu toiminnaksi, jossa muotoilua hyödynnetään osana palvelukonseptien kehittämistä ja johtamista. Muotoilun rooli on antaa palvelutuotteelle ja siihen liittyvälle ympäristölle silmin havaittava ja käsin kosketeltava muoto ja merkitys yrityksen liiketoimintastrategian mukaisesti.

Kun kyseessä on melko nuori ja kehittyvä ala, niin vakiintunutta määritelmää ei vielä ole syntynyt. Kaikista palvelumuotoilua käsittelemistäni lähteistä tulee kuitenkin selkeästi ilmi, että kyseessä on hyvin asiakaslähtöinen tapa kehittää palveluita. Vaikka palvelumuotoilu on myös tuloshakuista toimintaa, niin kaikki lähtee liikkeelle asiakkaan, eli käyttäjän tarpeista. Palvelumuotoilun avulla kartoitetaan eri menetelmiä

käyttäen koko asiakkaan kokema ja kulkema palvelupolku, sekä sen kaikki kontaktipisteet. Kontaktipisteet pyritään suunnittelemaan harkitusti niin, että ne muodostavat selkeän, johdonmukaisen ja yhdenmukaisen palvelukokemuksen, myös asiakkaan kokiessa palvelun monien eri kanavien kautta (Koivisto 2007, 67).

## 4.2 Palvelumuotoilun tavoite

Palvelumuotoilun tavoitteena on kehittää palveluja, jotka vastaavat sekä asiakkaan että palveluntuottajan tavoitteisiin ja päämääriin. Moritzin (2005, 70) mukaan palvelumuotoilun avulla suunnitellaan ja muotoillaan käyttökelpoisia, haluttavia ja tehokkaita palvelukokemuksia. Palvelumuotoilu myös auttaa ymmärtämään asiakkaiden odotuksia, tarpeita ja kokemuksia kaikissa palvelupolun kontaktipisteissä.

Koivisto (2007, 69) mainitsee palvelumuotoilun tavoitteista, että asiakkaiden kannalta palvelujen tulee olla hyödyllisiä, eli vastata heidän tarpeisiin ja tuottaa arvoa. Palvelujen tulee olla myös helposti käytettäviä ja ymmärrettäviä, että johdonmukaisia, jolloin palvelun käyttö on loogista ja ymmärrettävää kaikissa palvelukanavissa ja kontaktipisteissä. Hämäläisen ym. (2009, 17) mukaan palvelumuotoilun tavoitteena on myös kehittää palveluita, joilla on kohderyhmä ja kysyntä ja jotka ovat yritykselle liiketaloudellisesti kannattavia. Yritykset voivat myös käyttää palvelumuotoilua erilaistamaan palveluitaan verrattuna kilpailijoihin.

Liiketoiminnassa ollaan siirtymässä teknologia- ja tuotantolähtöisyydestä tarve- ja asiakaslähtöiseen arvoajatteluun, jossa myös asiakkaiden tarpeet ja vaatimukset ovat kasvaneet. Palvelumuotoilu tarjoaakin hyvän lähestymistavan yrityksille, koska sen antaa loogisen toimintamallin ja yhdistää poikkeuksellisen kiinteällä ja toimivalla tavalla sekä liiketoiminnan että yrityksen tavoitteet asiakkaan näkökulmaan. Liiketoiminnassa palvelumuotoilun tavoitteita ovat muun muassa toiminnan fokusoiminen asiakaslähtöiseksi, sisäisten prosessien kehittäminen, brändin ja asiakassuhteen syventäminen, sekä uusien ja olemassa olevien palvelujen kehittäminen. (Tuulaniemi 2011, 95–99.)



### 4.3 Palvelumuotoilun elementit

Palvelumuotoilun tarkoituksena on suunnitella asiakkaan palvelukokemus. Jotta palvelua voitaisiin tarkastella käyttäjien näkökulmasta, tulee palvelutapahtuma jäsentää osiin. Tässä luvussa käydään tarkemmin läpi palvelumuotoilun elementit: palvelupolku, palvelutuokio ja kontaktipisteet.

Johdatuksena Tuulaniemen (2011, 79) sanoin: ”Palvelupolku jakautuu vaiheisiin, joita kutsutaan palvelutuokioiksi. Jokainen palvelutuokio koostuu lukemattomista kontaktipisteistä. Niiden kautta asiakas on kontaktissa palveluun kaikilla aisteillaan.”

#### 4.3.1 Palvelupolku

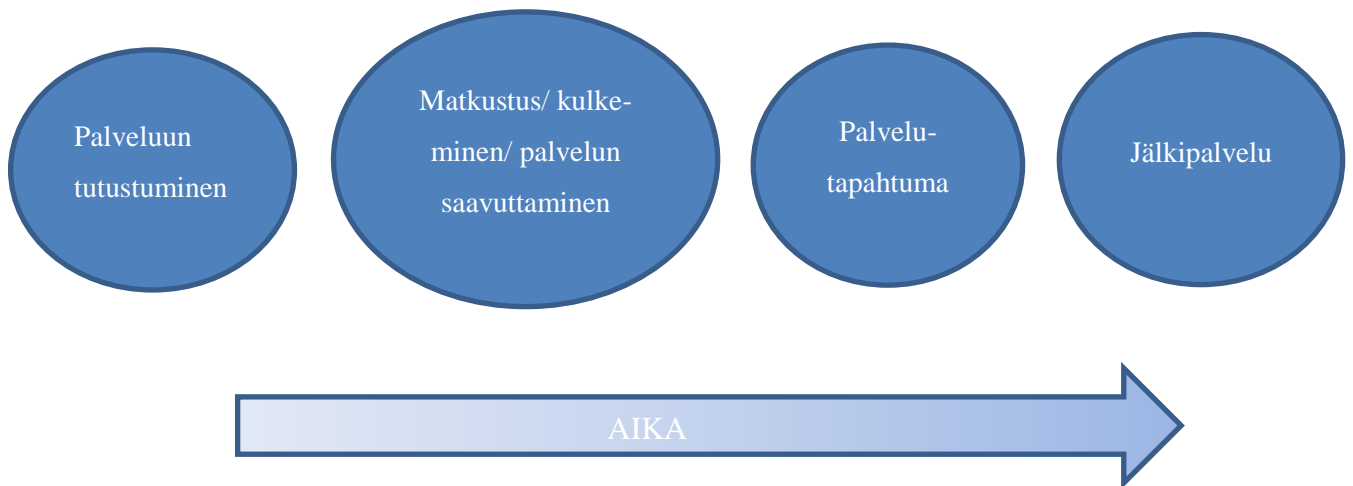
Kuten aiemmin palvelun määritelmässä todettiin, niin palvelu on prosessi, tekojen sarja johon liittyy vuorovaikutusta. Palvelun kuluttaminen taas tarkoittaa aikaan sijoituvan kokemuksen kuluttamista. Palvelupolun tehtävänä on kuvata miten asiakas kulkee ja kokee palvelun aika-akselilla. Palvelupolku on kuvaus palvelukokonaisuudesta.

Asiakas kokee palvelutuokiot ja niihin sidotut moninaiset kontaktipisteet ajassa palvelupolkuna, johon vaikuttaa sekä suunniteltu palvelun tuotantoprosessi että asiakkaan omat valinnat. On huomioitava, että vaikka palveluun on suunniteltu tietty palvelun tuotantoprosessi, asiakkaat kulkevat tämän prosessin läpi muodostaen oman yksilöllisen reittinsä. Asioita voi tehdä usealla eri tavalla, ja palveluntuottaja voi tarjota asiakkaalle useita vaihtoehtoisia tapoja ja kanavia kuluttaa tietty palveluprosessin vaihe. (Koivisto 2007, 67.)

Palvelupolkua voidaan tarkastella niin asiakkaan, kuin myös palvelun tuottamiseen osallistuvan henkilökunnan näkökulmasta. Palvelupolku auttaa ymmärtämään eri näkökulmista, millaista on jonkun palvelun käyttäminen tai tuottaminen. Palvelupolun avulla voidaan visuaalisesti kuvata asiakkaan toimintaa hänen käyttäessään palvelua ja ollessaan vuorovaikutuksessa palveluntarjoajan kanssa.

Tuulaniemen (2011, 78–79) mukaan asiakkaan kokema palvelun polku kuvataan vaiheittain, jotta sitä voidaan analysoida ja jotta siihen päästään käsiksi suunnittelun keinoin. Suunnittelun ensimmäinen toimenpide onkin määrittellä, mikä osa palvelupolkua

otetaan suunnittelun kohteeksi. Palvelupolku voidaan myös jakaa eri vaiheisiin asiakkaalle muodostuvan arvon näkökulmasta. Tuulaniemi nimeää nämä vaiheet esipalveluksi, ydinpalveluksi ja jälkipalveluksi, vaiheet on esitetty kuvassa 2.



**KUVA 2. Palvelupolun vaiheet (Tuulaniemi 2011, 79)**

Esipalvelu tarkoittaa palveluun tutustumista, se pitää sisällään vaiheet ennen varsinaista palvelun käyttämistä. Asiakas tutustuu tarjontaan, etsii lisätietoa palvelusta ja on mahdollisesti yhteydessä yritykseen esimerkiksi puhelimitse tai sähköpostitse. Ydinpalvelu, eli itse palvelutapahtuma, on vaihe, jolloin asiakas käyttää palvelua, tähän vaiheeseen sisältyy useita palvelutuokioita. Jälkipalvelulla tarkoitetaan asiakkaan kontaktia palveluntuottajaan varsinaisen palvelutapahtuman jälkeen. Esimerkki tällaisesta kontaktista on asiakaspalaute. (Tuulaniemi 2011, 78–79.)

Palvelupolkua analysoimalla voidaan tarkastella millaisista tapahtumista ja kokemuksista palvelu rakentuu, miten palvelun osapuolet toimivat näissä tilanteissa ja miten niihin voidaan vaikuttaa ja kehittää.

#### 4.3.2 Palvelutuokio

Koivisto (2007, 67) käyttää lopputyössään Safferin (2007) määritelmää palvelutuokiosta siten, että jokainen palvelu rakentuu jaksojen tai episodien sarjasta tai joukosta

osapalveluja, jotka yhdessä muodostavat asiakkaalle arvoa tuottavan palvelun kokonaisuuden. Yksittäistä episodista kutsutaan palvelutuokioksi.

Palvelutuokioiden tilanteita ja kohtaamisia, joissa palvelun tuotanto tapahtuu, ja joissa asiakas ja palveluntarjoaja ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Seuraava esimerkki on rakennettu Koiviston (2007, 67) käyttämän mallin mukaisesti, mutta palvelutuokioiden mietittyä opinnäytetyön toimeksiantoon liittyen. Tilanteeseen on kuviteltu saapuminen varatulle vastaanottoajalle sairaalaan, joka koostuu seuraavista palvelutuokiosta:

- asiakas varaa ajan vastaanotolle
- asiakas saapuu sairaalaan
- asiakas ottaa mahdollisesti vuoronumeron ja siirtyy odottamaan vuoroaan
- asiakas ilmoittautuu palvelukeskuksessa vastaanottovirkailijalle
- asiakas siirtyy oikealle osastolle sairaalan opasteita seuraten
- asiakas odottaa osaston odotustilassa omaa vuoroaan
- asiakas kutsutaan sisälle, ja hän kohtaa hoitohenkilökunnan
- asiakkaalle tehdään tarpeelliset toimenpiteet ja tutkimukset
- asiakas poistuu vastaanotolta ja sairaalasta

Edellä mainitussa esimerkissä kulutettava palvelu on terveyspalveluihin kuuluva lääkärin vastaanotto. Kaikki luetellut palvelutuokioiden tilanteita, joita asiakas kohtaa ja jotka ovat osana tämän palvelun kulutusta.

### **4.3.3 Palvelun kontaktipisteet**

Kontaktipisteet ovat osa palvelutuokiota ja koko palvelupolkua. Kontaktipisteiden kautta asiakas kokee, näkee ja aistii palvelun. Tuulaniemen (2011, 80) mukaan kontaktipisteitä ovat ihmiset, ympäristöt, esineet ja toimintatavat. Palvelun ominaispiirre, mahdollisuus ja samalla myös haaste ovat juuri nämä ihmisen ja brändin lukemattomat kontaktipisteet. Palveluntarjoaja voi pyrkiä vaikuttamaan asiakkaaseensa kaikilla mahdollisilla aistiärsykkeillä palvelun eri kontaktipisteissä.

Koivisto (2007, 66) jakaa myös kontaktipisteet neljään luokkaan, mutta hieman eri termejä käyttäen kuin Tuulaniemi. Seuraavaksi käsitellään erikseen kaikki neljä nimettyä kontaktipistettä: ihmiset, esineet, prosessit ja tilat.

### Ihmiset

Kontaktipisteiden ihmisiin kuuluvat itselleen arvoa tuottava asiakas ja palvelutilanteen asiakaspalvelija. Palvelumuotoilussa keskeistä on suunnitella sekä asiakaspalvelijoille että asiakkaille sopivat roolit osaksi palvelun tuotantoa. Palvelumuotoilun avulla voidaan asiakaspalvelijoille tuottaa erilaisia ohjeita ja työkaluja, jotta he pystyvät toimimaan paremmin asiakaspalvelutilanteissa ja ohjaamaan palvelutilanteita haluttuun suuntaan. (Miettinen 2011, 53.)

### Esineet

Palvelun tuotantoon ja kuluttamiseen liittyy yleensä myös erilaisia fyysisiä tavaroita, jotka mahdollistavat palvelun kuluttamisen (Tuulaniemi 2011, 82). Esineet kontaktipisteinä voivat olla asiakkaan itsensä käyttöön tarkoitettuja tavaroita tai laitteita, jotka mahdollistavat palvelun kuluttamisen. Esineet voivat olla myös henkilökunnan käyttöön suunnattuja, jolloin ne ovat palvelun tuotantoon tarkoitettuja tavaroita tai laitteita. Molemmat esineet ovat asiakkaalle näkyviä ja vaikuttavat palvelukokemukseen.

### Prosessit

Prosessit määrittävät palvelun tuotanto- ja toimintatavat yksittäisissä palvelutuokioissa. Palveluissa kaikki prosessit ja rutiinit voidaan määrittää pienintäkin yksityiskohtaa myöten, esimerkiksi asiakaspalvelijoiden toiminnassa voidaan vakioida tietyt toimintatavat ja käyttäytymismallit. (Miettinen 2011, 52; Tuulaniemi 2011, 82.) Käytännön esimerkkinä asiakaspalvelija, joka voidaan ohjeistaa tervehtimään asiakasta tietyllä tavalla, tai puhuttelemaan esimerkiksi teitittelemällä.

### Tilat

Palvelu toteutuu erilaisissa ympäristöissä, kontaktipisteenä tilat ovat juuri niitä paikkoja, jossa palvelun asiakkaalle näkyvä tuotanto tapahtuu. Tilat voivat olla esimerkiksi

toimistoja ja myymälöitä, jolloin ne ovat fyysisiä paikkoja. Palvelu voi myös tapahtua virtuaaliympäristössä, eli internetissä. Tilat ohjaavat ja vaikuttavat ihmisten käyttäytymiseen, fyysisissä tiloissa kontaktipisteinä vaikuttavat esimerkiksi tuoksut, valaistus ja äänet, joita asiakas aistii. Nämä kaikki vaikuttavat asiakkaan palvelukokemukseen. (Tuulaniemi 2011, 82–82; Koivisto 2007, 66.)

#### 4.4 Suunnitteluprosessi

Palvelumuotoiluprosessi on luovan ongelmaratkaisun periaatteita noudatteleva prosessi. Prosessi tarkoittaa sarjaa loogisesti eteneviä ja toistuvia toimintoja. Kun toistuvat tapahtumat kuvataan prosessiksi, ei tapahtumaketjua tarvitse kehittää joka kerta uudelleen (Tuulaniemi 2011, 126).

Koska palvelumuotoilu on uusi ja kehittyvä ala, ei suunnitteluprosessista ole olemassa yhtä selkeää mallia. Prosesseja ja niiden keskeisimpiä vaiheita on kuitenkin esitetty useita. Kaikkia malleja yhdistää käyttäjälähtöisyys, on ymmärrettävä asiakkaan motiivit ja toimintatavat, jotta voidaan suunnitella tarpeita vastaavia palveluita. Koivisto (2007, 72) nostaa esiin myös iteratiivisuuden, joka korostuu esitetyissä prosessimalleissa käyttäjälähtöisyyden lisäksi. Iteratiivisuudella tarkoitetaan sitä, että vaikka suunnitteluprosessi on esitetty lineaarisena prosessina, niin prosessin vaiheita voidaan käydä läpi päällekkäin ja aikaisempiin vaiheisiin voidaan palata missä tahansa prosessin vaiheessa.

Tuulaniemi (2011, 128) mainitsee yleisesti palvelumuotoilua kuvaavista malleista, että niissä kaikissa on keskitytty asiakasymmärrykseen, palvelumallin ideointiin, konseptointiin, prototypointiin ja pilotointiin. Prosessin alkuvaiheessa on otettava myös huomioon palveluntuottajaorganisaation käytännön realiteetit.

Moritzin (2005, 154) mukaan palvelumuotoiluprojekti perustuu yleensä yrityksen tarpeeseen esimerkiksi parantaa tehokkuutta, erottua kilpailijoista, lisätä arvoa asiakkaalle tai syynä voi olla markkinoiden muutokset. Onnistuneen projektin kannalta on tärkeää määritellä mihin ongelmaan tai tarpeeseen palvelumuotoilulla halutaan ratkaisu. Tämän jälkeen asetetaan projektille tavoitteet ja suuntaviivat, miten lähdetään etene-  
mään.

Kuvassa 3 on esitetty Stefan Moritzin (2005, 123) kehittämä palvelumuotoilun prosessimalli. Koivisto (2007, 72) kuvailee mallia seuraavasti: ”Moritzin – malli kokoaa palvelumuotoilusta esitetyt prosessimallit yhteen.” Seuraavissa kappaleissa on käyty läpi kaikki kuusi Moritzin prosessimalliin kuuluvaa vaihetta.



**KUVA 3. Palvelumuotoilun suunnitteluprosessi (Moritz 2005, 123)**

#### Ymmärrä

Moritzin (2005, 124) mukaan suunnitteluprosessin ensimmäinen vaihe on ymmärtäminen. Tämä vaihe pitää sisällään tietojen keruun käyttäjien tiedostamattomista ja tiedostetuista tarpeista, mitä asiakkaat haluavat, tarvitsevat ja mitkä ovat heidän tavoitteet, odotukset, arvot ja toiminnan motiivit. On myös tutkittava ja ymmärrettävä palvelun käyttöyhteys ja sen tarjoamat mahdollisuudet ja rajoitteet. Ymmärrä – vaiheessa selvitetään myös palveluntarjoajan liiketoiminnan tavoitteet ja palvelustrategia (Koivisto 2007, 72).

Moritz (2005, 127) on myös listannut erilaisia tiedonkeruumenetelmiä, joita voi hyödyntää tässä suunnitteluprosessin ensimmäisessä vaiheessa. Käyttäjätietoa voidaan kerätä esimerkiksi haastatteluilla, asiakassegmentoinnilla ja erilaisilla käyttäjäkyselyillä. Moritz (2005, 125) käyttää yhtenä esimerkkinä tilannetta, jossa selvitetään asiakkaiden käyttäytyminen heidän etsiessään lentoaseman pysäköintitiloja. Asia tutkittiin testaamalla ja valokuvaamalla asiakkaan käyttämä kulkureitti, näin saatiin käyttäjätietoa tapahtumasta.

#### Pohdi

Pohdi – vaiheessa kerätty tieto analysoidaan, jotta voidaan löytää palvelun ongelmakohtia tai uusia asiakastarpeita (Koivisto 2007, 73). Kerättyä tietoa analysoimalla

määritetään suunnitteluprojektin suunta, valitaan strategia ja päämäärä joko olemassa olevan, tai uuden palvelun kehittämiseksi. Moritzin (2005, 128) mukaan pohdi – vaihe määrittää missä puitteissa suunnitteluprosessin seuraavissa vaiheissa edetään. Ymmärrä – vaiheen jälkeen on tärkeää määritellä mitä elementtejä lähdetään kehittämään ja millä tavalla.

Moritzin (2005, 131) mukaan tietoa voidaan analysoida esimerkiksi seuraavia menetelmiä apuna käyttäen: käyttäjäpersoonien luominen, kalanruotodiagrammi ja samankaltaisuuskaavio. Sinkkonen ym. (2006, 29) mainitsee kirjassaan, että käyttäjien toimintaa pitää tutkia ja havainnoida sekä ennen suunnittelua, suunnittelun aikana, sekä suunnittelun jälkeen. Persoonien tekemiset ja toiminta tuotteen kanssa kuvataan skenaarioissa. Toimintatarina (toimintaskenaario) kuvaa persoonan toiminnan nyt joko ilman tuotetta tai vanhalla tuotteella. Käyttötarina (käyttöskenaario) kuvaa sen, miten persoona tulisi toimimaan uudella, suunniteltavalla tuotteella.

Hyvin analysoitu ja jäsenneilty tieto asiakkaiden käyttäytymisestä ja heille arvoa tuottavista asioista mahdollistaa sellaisten palvelukonseptien kehittämisen, joista asiakkaat ovat valmiita maksamaan ja joista voidaan arvioida tuotto-odotus palvelun tuottajalle ja palvelun potentiaalinen arvo asiakkaille. (Tuulaniemi 2011, 143.)

## Kehitä

Prosessin kolmannessa vaiheessa ideoidaan ja innovoidaan ratkaisuja ja luodaan palvelukonsepteja asiakkaiden ja loppukäyttäjien todellisten tarpeiden pohjalta. Moritzin (2005, 132) mukaan jokainen palvelukokemukseen liittyvä yksityiskohta, tila, esine ja muut elementit tulee suunnitella ja muotoilla aiemmin selville saadun tiedon ja linjausten mukaan.

Tuulaniemen (2011, 189) mukaan palvelukonsepti koostuu suunniteltavan palvelun palvelupolusta, johon on kuvattu palvelutuokiot tai kontaktipisteet siten, että siitä saadaan yhteinen ymmärrys, millaisesta palvelusta on kyse, miten palvelu tuotetaan, miten se vastaa asiakastarpeeseen ja mitä se vaatii palvelun tuottajalta.

Kehitä – vaiheen menetelmiksi Moritz (2005, 135) listaa muun muassa aivoriihiteknikan (engl. brainstorm), jossa pyritään ryhmätyöskentelyllä löytämään luovia ratkai-

sumalleja ja ideoita. Toinen työväline on eläytymismenetelmä, jossa suunniteltuja palveluideoita ja konsepteja käydään läpi näyttelemällä. Tätä kautta saadaan tietoa siitä, miltä palvelun käyttö tuntuu ja miten idea toimisi käytännössä.

Kolmas esimerkki on palvelunäytteiden laatiminen, joka on palvelumuotoilussa käytetty helppo ja nopea prototypointi – menetelmä. Tarkoituksena on luoda vaikutelma kuvitellun palvelun vaikutuksista, kuitenkin rakentamatta toimivaa prototyyppiä. Suunniteltavana olevia, abstrakteja palveluideoita ja – konsepteja pyritään tämän menetelmän avulla konkretisoimaan. Apuna käytetään palvelua edustavia fyysisiä kontaktipisteitä, jotta ideasta tai konseptista saadaan silmin havaittava ja käsin kosketeltava. (Koivisto 2007, 74.)

### Seulo

Neljännessä vaiheessa valitaan aiemmin tuotetuista ideoista ja palvelukonsepteista parhaimmat, joita sitten lähdetään jatkossa kehittämään. Seulonta – vaiheessa olisi hyvä olla mukana mahdollisia tulevan palvelun käyttäjiä, jotka arvioivat eri vaihtoehtoja. Valikoituneita ideoita ja palvelukonsepteja voidaan Moritzin (2005, 139) mukaan arvioida esimerkiksi ryhmähaastatteluilla, aiemmin luotujen käyttäjäpersoonien avulla, tai SWOT – analyysia hyväksi käyttäen.

### Selitä

Tämän vaiheen tarkoituksena on palvelukokemuksen hahmottaminen ja testaaminen. Syntyneet palveluideat ja – konseptit havainnollistetaan esimerkiksi paperiprototyypeillä, sarjakuvilla, kuvakollaaseilla, eläytymismenetelmillä ja palvelukokemuksen mallintamisella. Tavoitteena on esittää ideat ymmärrettävästi, jotta niitä voidaan helpommin arvioida ja testata. Moritzin (2005, 140) mukaan erilaisia skenaarioita käyttäen voidaan näyttää erilaisia tapoja ja tilanteita, joissa palvelua voidaan käyttää. Tärkeintä selitä – vaiheessa on konkretisoida tuleva palvelu tai konsepti erilaisia menetelmiä käyttäen, näiden avulla pystytään antamaan kokonaiskuva ja osoittamaan tulevaisuuden mahdollisuudet.

Koivisto (2007, 75) tiivistää Moritzin (2005) Selitä – vaiheen määritelmän siten, että tärkein tehtävä tässä vaiheessa on pyrkiä kommunikoimaan syntyneet palvelukonseptit



ja – ideat havainnollisesti ja ymmärrettävästi, jotta niitä voidaan arvioida, ja jotta keskustelu niistä helpottuisi. Tuulaniemen (2011, 131) mukaan tavoitteena on myös antaa kaikille palveluun liittyville osapuolille ymmärrys mitä resursseja palvelun tuottaminen vaatii.

Toteuta

Suunnitteluprosessin viimeisessä vaiheessa ideoitua palvelukonseptia vielä testataan ja kehitetään. Kun toimiva palvelumalli on löytynyt, konsepti määritetään valmiiksi palvelutuotteeksi, joka sitten viedään markkinoille. Määritettävänä ovat palveluprosessi, palvelupolku palvelutuokioineen ja niiden kaikki kontaktipisteet. Näiden lisäksi viimeisessä vaiheessa laaditaan myös liiketoiminta- ja markkinointisuunnitelmat, sekä ohjeistetaan ja koulutetaan henkilökunta. Tärkeä menetelmä tässä vaiheessa on palvelumallin laatiminen, jossa palvelukokonaisuus kuvataan visuaalisesti jokaista yksityiskohtaa myöten. (Moritz 2005, 144–147.)

## **5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS**

Toteutin tutkimukseni toimeksiantona Etelä-Savon Sairaanhoidopiirille, joka ottaa käyttöön sähköisen itseilmoittautumispalvelun. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää asiakkaiden kokemuksia uuden palvelun käytettävyydestä sekä asioinnin sujuvuudesta. Tarkoituksena on suorittaa käyttäjäkysely heti sähköisen itseilmoittautumisen käyttööntöövaiheessa. Tutkimus toteutetaan kvantitatiivisena tutkimuksena kyselylomakkeen avulla.

Sain toimeksiannon opinnäytetyöhön talvella 2013, tutkimus oli alun perin tarkoitus toteuttaa kevään 2013 aikana, mutta toimeksiantajalle sattuneiden viivytysten vuoksi itse tutkimus siirtyi syksylle. Tutkimustiedot on kerätty syyskuun aikana, heti sähköisen itseilmoittautumisautomaatin käyttöönoton yhteydessä.

Tässä luvussa esittelen ensiksi opinnäytetyöni toimeksiantajan. Tämän jälkeen kerron tutkimusmenetelmistä, mitä menetelmää itse käytän ja miksi juuri se sopii omaan tutkimukseeni. Viimeiseksi kerron tutkimusaineistosta, eli miten kyselylomake on koottu ja miten tutkimus suoritettiin.

## 5.1 Etelä-Savon sairaanhoitopiiri

Opinnäytetyöni toimeksiantajana on Etelä-Savon sairaanhoitopiiri, ESSHP. Sairaanhoitopiirillä tarkoitetaan Suomen erikoissairaanhoitolaissa määriteltyä hallinnollista yksikköä, jonka tehtävänä on tarjota jäsenkuntiensa asukkaille erikoissairaanhoidon palveluja.

Sairaanhoitopiiri täydentää terveyskeskusten tarjoamia perussairaanhoidon palveluja. Tällaisia erikoissairaanhoidon palveluja ovat esimerkiksi ympärivuorokautinen päivystyspoliklinikka, erikoisalain hoidot, terapiapalvelut ja vuodeosastot. Etelä-Savon sairaanhoitopiirin kuntayhtymään kuuluvat Mikkelin lisäksi Hirvensalmi, Joroinen, Juva, Kangasniemi, Mäntyharju, Pertunmaa, Pieksämäki, Puumala, Ristiina ja Suomenniemi. Etelä-Savon sairaanhoitopiiriin kuuluu kaksi sairaalaa, Mikkelin keskussairaala, sekä Moision sairaala.

Etelä-Savon sairaanhoitopiirissä käynnistettiin lokakuussa 2012 projekti, Potilaan sähköinen itseilmoittautuminen. Projektin tarkoituksena oli siirtyä sähköiseen palveluun, jossa potilaat hoitavat itsenäisesti ilmoittautumisensa varatulle vastaanottoajalle. Sähköinen ilmoittautuminen hoidetaan viivakoodillisella henkilökortilla, kuten Kelatai ajokortti. Saapuessaan sairaalaan asiakas näyttää henkilökortin viivakoodia automaatin lukijalle, tai vaihtoehtoisesti syöttää henkilötunnuksensa käyttäen automaatin kosketusnäyttöä. Tunnistautumisen jälkeen näytölle tulee potilaan tiedot ja varattu vastaanottoaika. Potilas kirjaa automaatilla itsensä saapuneeksi varatulle vastaanotolle, sekä samalla tarkistaa ja tarvittaessa korjaa omat henkilötietonsa. Ilmoittautumisen jälkeen potilas voi siirtyä opastusta seuraten suoraan poliklinikan odotustilaan, jonne vastaanottoaika on varattu. Potilaan mahdollisesti tekemät henkilötietomuutokset, sekä ilmoittautuminen tallentuvat automaattisesti potilastietojärjestelmään, josta henkilökunta näkee potilaan saapuneen ja kutsuu hänet vastaanotolle.

Toimeksiantaja on itse tehnyt selvityksen aiemmasta ilmoittautumisen toimintamallista syksyllä 2012. Tämän tarkoituksena oli kartoittaa asiakkaan koko palvelupolun kulku ajanvarauksesta, osastolle pääsyyn asti. Selvityksen myötä määriteltiin yksiköt, joiden on mahdollista olla mukana itseilmoittautumisessa. Selvityksen tavoitteena oli myös valmistautua automaattien käyttöönottoon kartoittamalla palvelupolun osat, joi-

hin ilmoittautumisen muuttuminen tulee vaikuttamaan. Tavoitteena oli myös selvittää, mitä toimenpiteitä ja tarvittavia muutoksia itseilmoittautumiseen siirtyminen vaatii sairaalalta esimerkiksi opasteiden uusimisen ja automaattien sijoittamisen osilta.

## 5.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmää valittaessa on ensiksi määriteltävä oma tutkimusongelma. Heikkilän (2010, 14) mukaan tutkimusongelma on usein kysymykseksi muotoiltu pohdittava asia, johon tutkimuksella pyritään saamaan ratkaisu. Tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoite ratkaisevat ensisijaisesti tutkimusmenetelmän. Hirsjärven ym. (2007, 179) mukaan menetelmän valintaa ohjaa yleensä se, minkälaista tietoa etsitään ja keneltä tai mistä sitä etsitään.

Tutkimusmenetelmä voi olla kvantitatiivinen eli määrällinen tai kvalitatiivinen eli laadullinen, riippuen kumpi lähestymistapa sopii paremmin tutkimuksen tarkoitukseen. Joissakin tutkimuksissa näillä kahdella menetelmällä voidaan täydentää toisiaan. (Heikkilä 2010, 16.) Opinnäytetyöni toimeksiantona oli tehdä käyttäjäkysely sähköisestä itseilmoittautumisesta. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä sopi tähän yhteyteen, koska tavoitteena on kerätä tietoa mahdollisimman monelta käyttäjältä ja tutkimustuloksia pystyy parhaiten tulkitsemaan numeroiden ja tilastojen avulla.

Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä on tutkimustapa, jossa tietoa tarkastellaan numeerisesti. Tutkittavia asioita ja niiden ominaisuuksia käsitellään numeroiden avulla, menetelmä antaa yleisen kuvan muuttujien välisistä suhteista ja eroista. (Vilka 2007, 13–14.) Määrällistä tutkimusta voidaan nimittää myös tilastolliseksi tutkimukseksi, jonka avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Aineistoa kerätään yleensä standardoitujen tutkimuslomakkeiden avulla, joissa vastausvaihtoehdot ovat valmiina. Määrällinen tutkimus edellyttää riittävän suurta otosta, jotta tuloksia pystytään yleistämään laajempaan joukkoon tilastollisen päättelyn keinoin. (Heikkilä 2010, 16.)

Määrällinen tutkimus kuuluu havainnoivaan eli empiiriseen tutkimukseen. Tavoitteena on jonkin ilmiön tai käyttäytymisen syiden selvittäminen tai ratkaisun löytäminen siihen, miten jokin asia pitäisi toteuttaa. Empiirisessä tutkimuksessa voidaan myös testata toteutuuko jokin teoriasta johdettu olettamus käytännössä. Empiiriset tutkimukset

voidaan jakaa eri tyyppeihin esimerkiksi tutkimuksen tarkoituksen mukaan. Tutkimuksen tarkoituksena voi olla joko selittää, kuvata, kartoittaa tai ennustaa asioita. (Heikkilä 2010, 13–14.)

Kvalitatiivinen tutkimus keskittyy yleensä pieneen määrään tapauksia, jotka kuitenkin pyritään analysoimaan mahdollisimman tarkasti. Kvalitatiivinen, eli laadullinen tutkimus auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta ja selittämään sen käyttäytymisen ja päätösten syitä. Erona kvantitatiiviseen tutkimukseen kvalitatiivisessa aineistoa kerätään vähemmän strukturoidusti ja aineisto on usein tekstimuotoista. (Heikkilä 2010, 16–17.)

### 5.3 Tutkimusaineisto

Käytin tutkimuksessani aineiston keräämiseen kyselyä. Vilkan (2007, 28) mukaan kysely on aineiston keräämisen tapa, jossa kysymysten muoto on standardoitu, eli vakioitu. Tämä tarkoittaa sitä, että kaikilta vastaajilta kysytään täysin samat asiat, samassa järjestyksessä ja samalla tavalla. Pyysin alussa toimeksiantajalta hahmotelman kysymyksistä ja aihepiireistä, joita he haluaisivat kyselyssä selvittää. Lähdin näiden tietojen pohjalta jäsentelemään lomakkeen rakennetta ja kysymysten muotoa ja sijoittelua. Kun tutkimusongelmana on selvittää miten asiakkaat kokevat sähköisen palvelun, niin kysymyksetkin liittyvät tähän palvelukokemukseen ja siihen, miten asiakas on tilanteen kokenut. Tarkoituksena oli tehdä yksisivuinen kyselylomake, johon vastaaminen ei vie asiakkaalta kovin paljon aikaa. Lomakkeen ulkonäkö haluttiin pitää mahdollisimman yksinkertaisena ja selkeänä. Kyselylomake oli pääosin laadittu ja muokattu valmiiksi yhteistyössä toimeksiantajan kanssa jo keväällä, joten tämä oli valmiina odottamassa tutkimuksen alkua.

Kyselylomaketta lähdettiin rakentamaan niin, että alussa kartoitetaan vastaajan ikä ja sukupuoli, näitä taustatietoja kysyttiin suljetuilla kysymyksillä. Heikkilän (2010, 50) mukaan suljetuissa, eli strukturoiduissa kysymyksissä vastausvaihtoehdot ovat valmiina, ja vastaaja joko ympyröi tai rastittaa niistä itselleen sopivimman. Omassa tutkimuksessani erityisesti vastaajan ikä on tärkeä tieto, koska toimeksiantajaa kiinnostaa miten vastaukset jakautuvat eri-ikäisten käyttäjien kesken. Tästä syystä lomakkeelle laitettiin ikäkatgorioita yhdeksän kappaletta. Kiinnostus keskittyy etenkin vanhempaan ikäpolveen, joille sähköinen asiointi voi oletettavasti olla haasteellisempaa kuin

nuoremmille. Toimeksiantaja myös ehdotti, että jos alussa kartoitettaisiin, onko vastaanotolle saapuva potilas itse tehnyt ilmoittautumisensa vai asioiko joku toinen hänen puolestaan. Ehdotus oli hyvä ja varmasti silläkin tiedolla olisi ollut toimeksiantajalle käyttöä, mutta päätin jättää tämän kysymyksen pois lomakkeelta. Mielestäni se ei ollut oleellista tässä kyselyssä, koska nyt halutaan käyttäjäkokemuksia henkilöltä, joka on automaattia käyttänyt, oli kyseessä sitten itse potilas tai saattaja.

Automaatin käytettävyyttä ja asioinnin sujuvuutta kysyttiin asteikkokysymyksillä. Hirsjärven ym. (2007, 195) mukaan asteikkoihin, eli skaaloihin perustuvassa kysymystyypissä esitetään väittämä ja vastaaja valitsee sen, miten voimakkaasti hän on samaa tai eri mieltä kuin esitetty väittämä. Käytin kyselyssäni Likertin asteikkoa, joka Heikkilän (2010, 53) mukaan on tavallisesti 4- tai 5-portainen asteikko. Likertin asteikkoa käytettäessä tulee miettiä, kuinka monta arvoa asteikolle otetaan, miten arvot ilmoitetaan sanallisesti, aloitetaanko asteikko vaihtoehdolla samaa mieltä vai eri mieltä ja tuleeko asteikolle ns. keskikohta, joka antaa vaihtoehdon en osaa sanoa (Heikkilä 2010, 53). Omassa kyselyssäni asteikko oli 4-portainen. Päätin jättää keskikohdan kokonaan pois, koska kyseessä on kysely, jossa kartoitetaan käyttökokemuksia. Lomakkeella ei esitetty mielipideväittämiä, joihin keskikohdan ”en osaa sanoa”-vaihtoehto sopii, vaan nyt kysyttiin omaa kokemusta automaatin käytöstä, ja vastausvaihtoehtoja annettiin neljä kappaletta.

Käytin Likertin asteikkoa kahdessa kysymyksessä. Vastaaja ohjattiin näihin kysymyksiin johdannolla: ”Miten arvioisitte kokemuksenne perusteella seuraavia asioita?”. Tällä tavoin halusin vielä selventää vastaajalle, että kyseessä on omaan käyttökokemuksien liittyvät kysymykset. Ensimmäinen kysymys koski automaatin käyttöä, tavoitteena oli selvittää kokevatko vastaajat tämän helpoksi vai vaikeaksi. Asteikon arvot ilmoitettiin vaihtoehdoilla: erittäin helppoa, melko helppoa, melko vaikeaa ja erittäin vaikeaa. Toinen kysymys liittyi asioinnin sujuvuuteen, ja tällä haluttiin selvittää koe-taanko sähköinen asiointi nopeaksi vai hitaaksi. Asteikon arvoina olivat: erittäin nopeaa, melko nopeaa, melko hidasta ja erittäin hidasta.

Lomake etenee loogisesti sen mukaan, miten asiakkaan palvelupolku menee. Automaatilla asioinnin jälkeen kysytään sairaalan opasteista, löysikö asiakas oikealle osastolle ja joutuiko hän kysymään henkilökunnalta neuvoa. Lomakkeen lopussa on avoin kysymys, jossa halutaan tietää mahdollisia parannus- tai muutosehdotuksia asiakkaan

kokemuksen perusteella. Kysymyksessä on vielä erikseen tarkennettu, että ehdotukset voivat liittyä joko automaatin käyttöön tai sairaalan opasteiden toimivuuteen.

#### **5.4 Aineiston kerääminen ja analysointi**

Ennen kyselyn aloittamista tulee määritellä tutkimuksen perusjoukko eli kohdejoukko, josta tutkimuksessa halutaan tehdä päätelmiä (Vilka 2007, 51). Omassa tutkimuksessani määrittelin perusjoukoksi kaikki sairaalaan varatulle vastaanottoajalle saapuvat potilaat, joiden tulee tehdä ilmoittautuminen. Perusjoukon määrittelyn jälkeen tulee valita suoritetaanko tutkimus kokonaistutkimuksena vai otantatutkimuksena. Kokonaistutkimus tarkoittaa sitä, että tutkimukseen otetaan mukaan jokainen perusjoukon jäsen (Heikkilä 2010, 33). Tässä tapauksessa perusjoukon koko on niin suuri, että päädyin otantatutkimukseen, jossa tutkimuksen kohteeksi valitaan perusjoukkoa mahdollisimman hyvin edustava otos. Ennen kyselyn toteuttamista ei etukäteen määritelty kenelle kyselylomake annetaan, vaan kaikilla perusjoukkoon kuuluvilla on yhtä suuri todennäköisyys tulla valituksi. Heikkilän (2010, 36) mukaan tätä menetelmää kutsutaan yksinkertaiseksi satunnaisotannaksi.

Kysely aloitettiin 17.9.2013 jolloin ensimmäinen itseilmoittautumisautomaatti otettiin sairaalassa käyttöön. Alkuperäisen suunnitelman mukaan sekä kyselyn että koko ilmoittautumisprojektin oli tarkoitus alkaa sairaalan pääaulasta. Tähän suunnitelmaan tuli kuitenkin viime hetkellä muutos ja itseilmoittautuminen käynnistettiin silmätautien poliklinikalla, jossa otettiin ensimmäinen automaatti käyttöön. Toiminta aloitettiin pääaulassa viikkoa myöhemmin, eli 24.9.2013, jolloin myös kysely siirtyi sinne. Vastauksia on siis kerätty kahdessa eri paikassa, mutta kysymyslomake on ollut kummassakin täysin sama.

Kysely suoritettiin kontrolloituna kyselynä niin, että sairaalan henkilökuntaan kuuluva jäsen jakoi lomakkeita ilmoittautumispisteen yhteydessä. Asiakkaalle annettiin kyselylomake hänen suoritettuaan itseilmoittautuminen. Yleensä kontrolloidussa kyselyssä tutkija itse jakaa lomakkeet henkilökohtaisesti samalla kertoen tutkimuksen tarkoituksesta, sekä selostaa kyselyä ja vastaa kysymyksiin (Hirsjärvi ym. 2007, 191–192). Tässä tapauksessa en itse ollut lomakkeita jakamassa, tai informoimassa kyselystä, vaan tämä hoidettiin toimeksiantajan puolelta. Lomakkeessa ei käytetty saatetta, vaan

sovimme toimeksiantajan kanssa etukäteen, että vastaajille kerrotaan henkilökohtaisesti kyselyn tarkoituksesta lomakkeiden jaon yhteydessä.

Kysely päätettiin 27.9.2013, jolloin kävin hakemassa palautuneet vastauslomakkeet itselleni. Siihen mennessä vastauksia oli saatu yhteensä 78 kappaletta ja päätin, että tämä on riittävä otoskoko tutkimukseeni. Vastausmäärä sisältää sekä silmätautien poliklinikalta että pääaulasta kerätyt vastaukset, ja nämä kaikki on käsitelty yhtenä kokonaisuutena. Lähdin tarkistamaan vastauksia ensiksi silmäillen kaikki läpi, ettei joukossa ole tyhjiä lomakkeita. Tämän jälkeen numeroin ja mapitin lomakkeet kansioon. Numeroinnin yhteydessä kävin tarkemmin läpi jokaisen vastauslomakkeen ja huomasin, että joukossa on myös puutteellisesti täytettyjä lomakkeita. Päätin kuitenkin ottaa myös nämä mukaan tutkimusaineistoon, koska puuttuvia havaintoja analysoimalla voidaan jälkikäteen pohtia oliko kysymys esimerkiksi aseteltu väärin. Lomakkeita tarkistaessa kävi myös ilmi, että tulostusvaiheessa viimeinen, eli avoin kysymys, oli jäänyt kokonaan pois.

Olin jo aiemmin syöttänyt kysymykset SPSS -ohjelmaan, joten vastauslomakkeet saatuaani aloitin vastausten kirjaamisen. Käytin apunani yhtä tulostettua kyselylomaketta, johon olin ”koodannut” kysymykset ja vastausvaihtoehdot samoilla numeroilla kun olin syöttänyt ne SPSS -ohjelmaankin. Tämä ja vastauslomakkeiden etukäteen numerointi auttoivat paljon vastausten läpikäymisessä. Tarkistin vielä jokaisen lomakkeen jälkeen, että syöttämäni tiedot olivat oikein. Kirjasin myös erilliselle paperille lomakkeiden numerot, joissa vastaaja oli antanut palautetta tai vastannut avoimeen kysymykseen. Kun aineisto oli saatu syötettyä kokonaisuudessaan ohjelmaan, niin aloitin tulosten analysoinnin erilaisia taulukoita ja graafisia kuvioita hyödyntäen.

## **6 SÄHKÖINEN ITSEILMOITTAUTUMINEN**

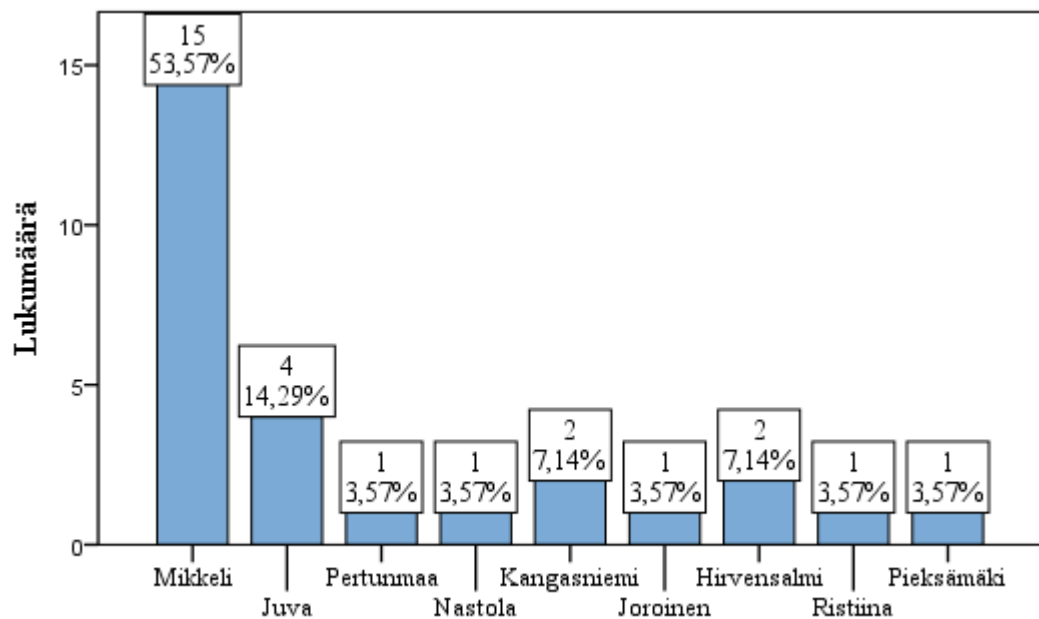
Tässä luvussa käydään läpi käyttäjäkyselyn tutkimustulokset. Kyselylomake löytyy liitteestä 1 ja kysymysten vastausjakaumat löytyvät liitteestä 2.

### **6.1 Taustatiedot**

Kyselylomakkeen ensimmäinen osio oli nimetty taustatiedoiksi, tämä sisälsi kolme kysymystä vastaajan taustoihin liittyen. Näillä kysymyksillä haluttiin selvittää vastaa-

jan sukupuoli, ikä ja kotikunta. Ikää kysyttäessä vastaajan tuli rastittaa valmiista ikäluokista itselleen sopivin. Näitä ikäluokkia oli lomakkeella yhteensä yhdeksän kappaletta. Kotikuntaa kysyttiin avoimella kysymyksellä. Taustatiedoissa oli myös kysymys, onko vastaaja aiemmin käyttänyt sähköistä itseilmoittautumista.

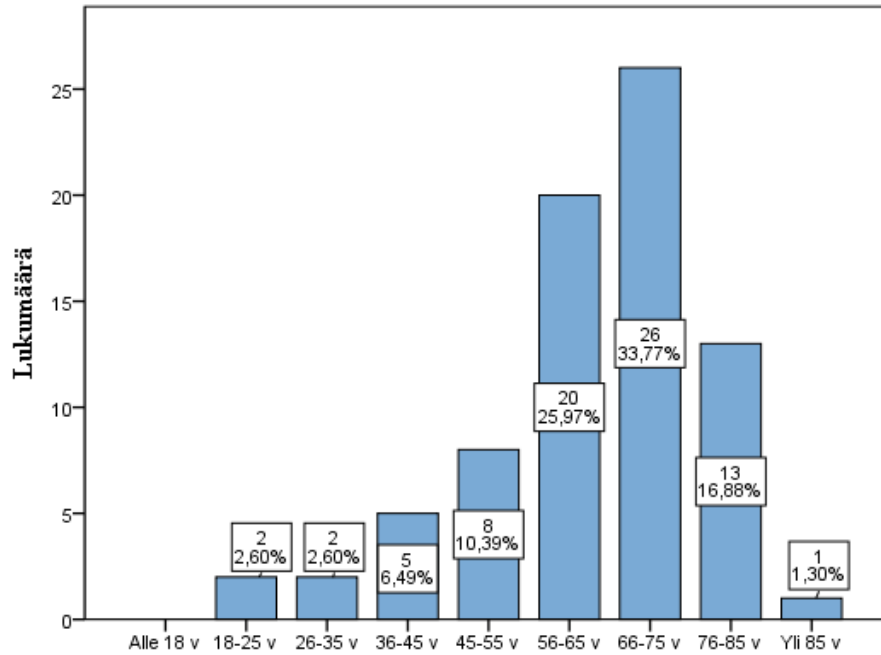
Kyselyyn osallistuneista naisia oli 46, joka on 67,6 % kaikista vastanneista. Miehiä oli 22, joka on 32,4 % vastanneista. Sukupuolensa kyselyyn jätti ilmoittamatta 10. Vastanneista 3 ilmoitti käyttäneensä sähköistä itseilmoittautumista myös aiemmin, ja loput 69 kysymykseen vastanneista olivat uusia käyttäjiä (Liite 2). Kotikuntansa jätti ilmoittamatta yli puolet kaikista vastanneista, yhteensä 50, joka on 64,1 % kaikista kyselyyn osallistuneista. Loput 35,9 %, jotka ilmoittivat kotikuntansa, jakautuivat yhdeksään eri paikkakuntaan. Kuten kuvasta 4 nähdään, niin vastanneista yli puolet eli 53,57 % ilmoitti kotikunnakseen Mikkelin.



**KUVA 4. Vastaajan kotikunta**

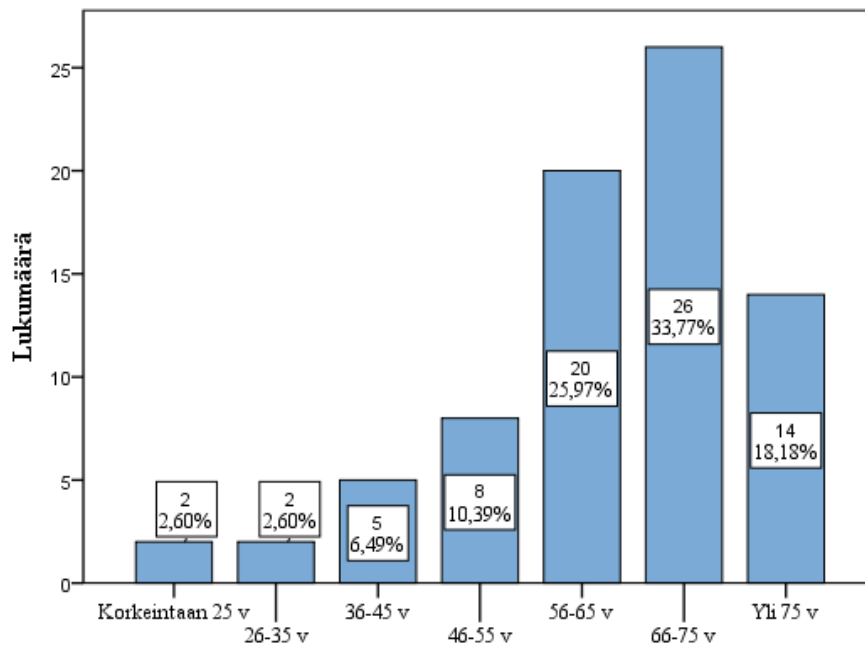
Vastaajien ikäjakauma painottui välille 56–75 vuotta. Eniten vastauksia tuli 66–75-vuotiailta, joten tämä on suurin ikäryhmä, 33,77 % vastanneista. Toiseksi suurin ikäryhmä on 56–65-vuotiaat, joita oli 25,97 % kaikista vastanneista. Kolmanneksi suurin ikäryhmä on 78–85-vuotiaat, joita oli yhteensä 13 eli 16,88 % vastanneista. Kuten kuvasta 5 nähdään, niin vastaajista yhteensä 17 sijoittuu iältään välille 18–55-vuotiaat.





**KUVA 5. Vastaajien ikäjakauma**

Kyselyyn ei osallistunut yhtään alle 18-vuotiasta, ja yli 85-vuotiaitakin mukana oli vain yksi henkilö. Tästä syystä tulostin ikäjakaumista myös toisen kuvan, jossa ikäryhmät supistettiin seitsemään.

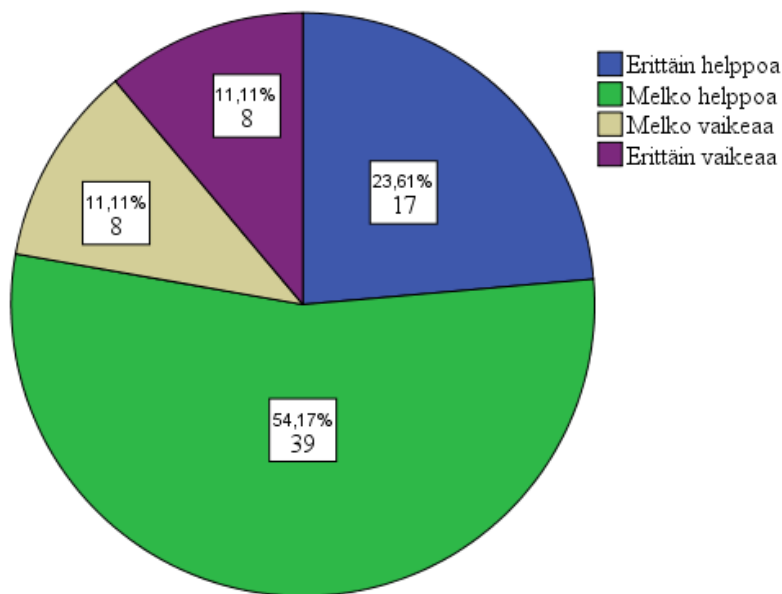


**KUVA 6. Vastaajien ikäjakauma 2**

Kuvassa 6 on yhdistetty ikäluokkien kaksi ensimmäistä ja kaksi viimeistä vaihtoehtoa yhteen, tätä ikäjakaumaa käytän myöhemmin myös ristiintaulukoinneissa.

## 6.2 Käyttökokemukset

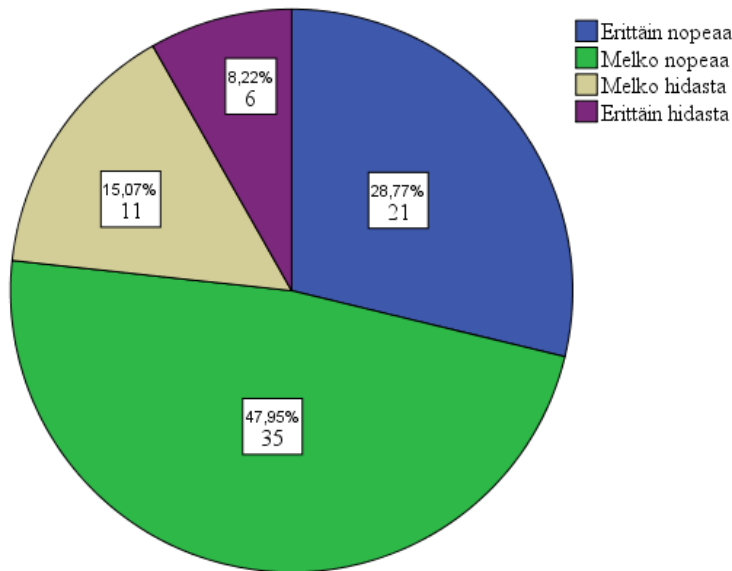
Sähköisestä itseilmoittautumisesta vastaajilta haluttiin kysyä käyttöön liittyviä kokemuksia. Näitä kysyttiin kahdella asteikkokysymyksellä, jotka liittyivät automaatin käyttöön sekä asioinnin sujuvuuteen. Asteikko oli 4-portainen ja vastaajan tuli rastittaa omaa kokemustaan vastaava vaihtoehto. Suurin osa vastaajista, 54,17 %, koki automaatin käytön melko helpoksi. Toiseksi eniten vastaajat olivat sitä mieltä, että automaatin käyttö on erittäin helppoa. Tähän kohtaan vastauksia tuli 17 henkilöltä, joka on 23,61 % kaikista vastanneista.



**KUVA 7. Automaatin käytön helppous**

Kuten kuvasta 7 nähdään, niin vastaajista yhteensä 16 koki automaatin käytön vaikeaksi. Nämä vastaukset jakautuivat tasan vaihtoehtojen melko vaikeaa ja erittäin vaikeaa kanssa.

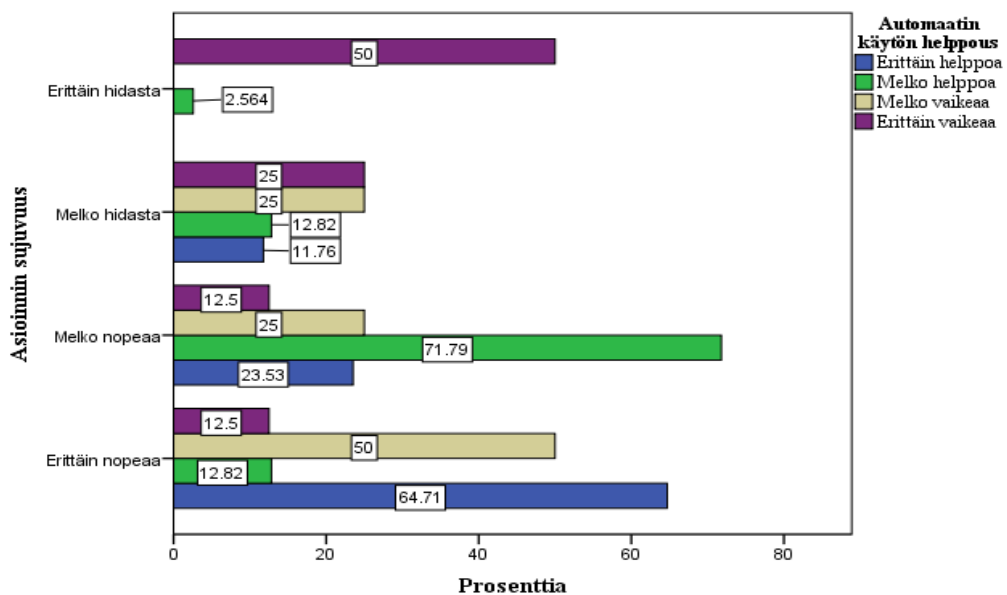
Automaatilla asioinnin sujuvuuden suurin osa vastaajista koki nopeaksi. Kuvasta 8 nähdään, että vastaajista 47,95 % oli sitä mieltä, että asiointi on melko nopeaa ja erittäin nopeaksi asioinnin koki 28,77 % vastanneista.



**KUVA 8. Asioinnin sujuvuus**

Vastanneista 15,07 % koki automaatilla asioimisen melko hitaana ja 8,22 % oli sitä mieltä, että asiointi on erittäin hidasta.

Tuloksissa on myös verrattu keskenään kokemuksia automaatin käytön helppoudesta ja asioinnin sujuvuudesta. Tarkoituksena oli selvittää, onko käytön helppoudella yhteyttä asioinnin sujuvuuteen. Kuten kuvasta 9 nähdään, niin automaatin käytön erittäin vaikeaksi arvioineista puolet koki myös asioinnin erittäin hitaana ja 25 % melko hitaana.

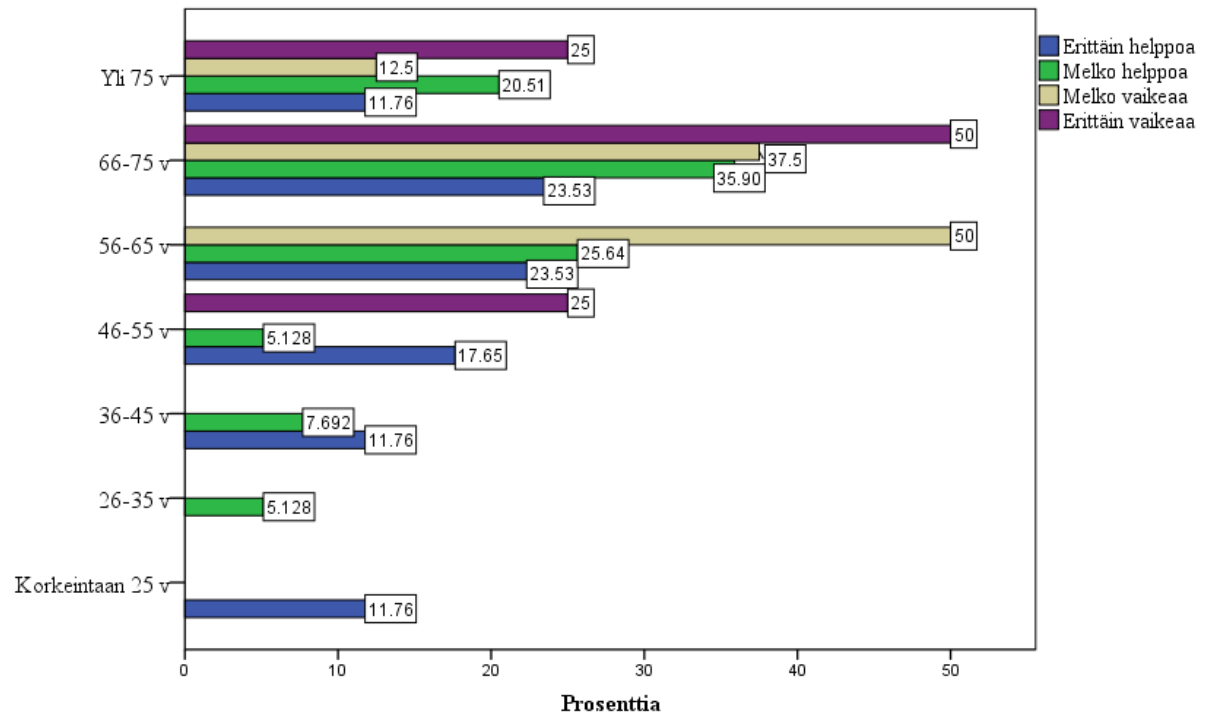


**KUVA 9. Käytön helppous ja asioinnin sujuvuus**

Automaatin käytön melko helpoksi kokeneista valtaosa oli sitä mieltä, että myös asiointi oli melko nopeaa, tai jopa erittäin nopeaa. Kuvasta myös nähdään, että käytön melko vaikeaksi arvioineista 50 % koki kuitenkin asioinnin sujuvuuden erittäin nopeaksi. Vastaaajat, jotka pitivät automaatin käyttöä erittäin helppona, olivat suurimmaksi osaksi sitä mieltä, että myös asiointi on ollut erittäin nopeaa. Poikkeuksena kuitenkin 11,76 % käytön erittäin helpoksi vastanneista, jotka kokivat asioinnin sujuvuuden melko hitaana.

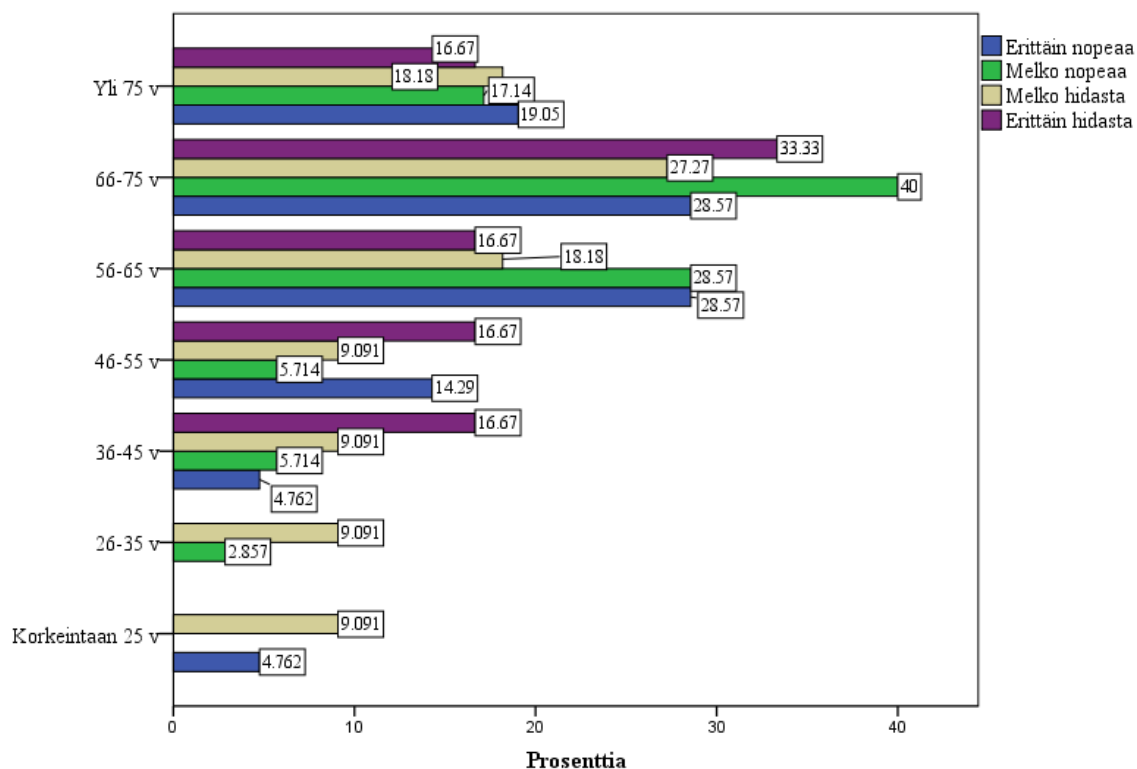
Vastauksia voidaan tarkastella myös ikäryhmittäin, jolloin saadaan tietoa käyttökokemusten jakautumisesta eri ikäryhmien sisällä. Kuvassa 10 on nähtävillä automaatin käytön helppous ikäryhmissä. Ikäryhmien jaotteluna tässä on käytetty aiemmin taustatiedoissa esittämäni toista ikäjakaumaa (kuva 6), jossa ikäjakaumat on tiivistetty seitsemään ikäryhmään.

Erittäin vaikeaksi automaatin käytön arvioineita löytyy kolmesta ikäryhmästä. Puolet vastauksia on 66–75-vuotiaiden ryhmästä, 25 % iältään 46–55-vuotiaista ja toiset 25 % vastanneista on yli 75-vuotiaita. Kuvasta on selkeästi nähtävissä, että vastaajista kaikki alle 55-vuotiaat kokevat automaatin käytön joko erittäin helpoksi tai melko helpoksi. Vastauksissa löytyy eniten hajontaa vanhemmissa ikäryhmissä. Automaatin käytön melko vaikeaksi kokevia on eniten ikäryhmässä 56–65-vuotiaat, vastauksista peräti 50 % tulee tästä ikäryhmästä.



**KUVA 10. Automaatin käytön helppous ikäryhmissä**

Kuvassa 11 on tarkasteltu asioinnin sujuvuutta koskevien vastausten jakautumista eri ikäryhmissä. Automaatilla asioinnin sujuvuus koetaan erittäin hitaana peräti viidessä ikäryhmässä. Eniten vastauksia, 33,33 % on tullut kuitenkin 66–75-vuotialta, loput vastaukset jakautuvat tasaisesti 36–65-vuotiaiden ja yli 75-vuotiaiden kesken. Melko hitaaksi asioinnin sujuvuus on arvioitu kaikissa ikäryhmissä, vastausmäärät painottuvat kuitenkin vanhempiin ikäryhmiin, eniten vastauksia on tullut 66–75-vuotialta.



**KUVA 11. Asioinnin sujuvuus ikäryhmissä**

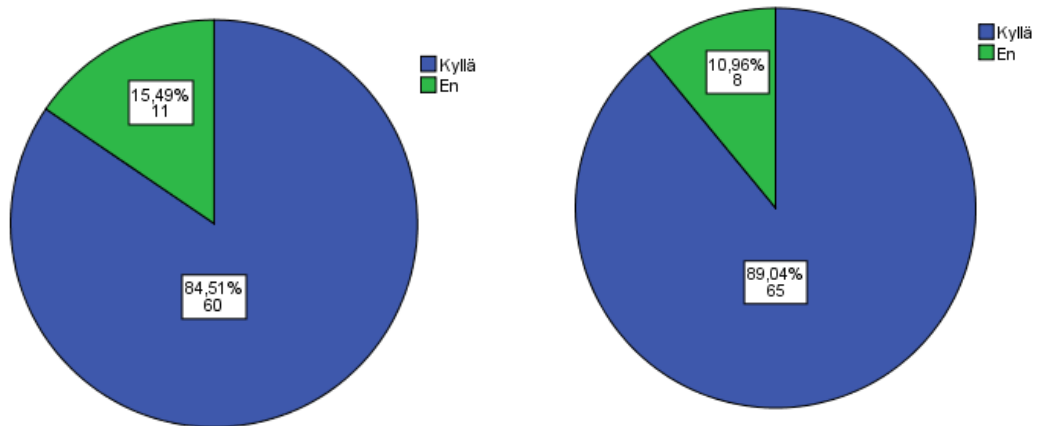
Asiointia on arvioitu myös erittäin helpoksi lähes kaikissa ikäryhmissä, lukuun ottamatta 26–35-vuotiaita, jotka arvioivat automaattilla asioimisen joko melko nopeaksi tai melko hitaaksi.

### 6.3 Käyttöohjeistus ja opasteet

Automaatin käyttöön liittyvien kokemusten jälkeen vastaajilta kysyttiin automaatin ohjeistuksesta ja sairaalan opasteista. Kuvassa 12 on esitetty vastausprosentit molemmista kysymyksistä. Automaattiin liittyen haluttiin tietää kokevatko vastaajat automaatin käyttöohjeistuksen riittävänä. Kuvan 12 vasemman puoleinen kuvio esittää vastausjakauman tähän kysymykseen. Vastaajista suurin osa, 84,51 %, kokee käyttöohjeistuksen riittävänä, kun taas 15,49 % on sitä mieltä, että ohjeistus ei ole riittävää. Ohjeistuksen koki riittämättömäksi kaikkiaan 11 henkilöä, näistä yhteensä 6 on iältään yli 66-vuotiaita, alle 45-vuotiaista kukaan ei ollut tätä mieltä (liite 2).

Sairaalan opasteisiin liittyen vastaajilta kysyttiin, kokevatko he opasteet selkeiksi. Vastausjakauma näkyy kuvan 12 oikeanpuoleisesta kuviosta. Tähän kysymykseen vastanneista 65 henkilöä, eli 89,04 % kokee opasteet selkeiksi, kun taas loput 10,96

% vastanneista on eri mieltä. Tuloksista on nähtävillä, että opasteisiin ollaan enemmän tyytymättömiä vanhemmissa ikäluokissa. Tätä mieltä on vastanneista 8 henkilöä, ja kaikki ovat yli 56-vuotiaita (liite 2).



**KUVA 12. Automaatin ohjeistus ja sairaalan opasteet**

Ohjeistuksen ja opasteiden jälkeen vastaajilta kysyttiin löysivätkö he hyvin perille oikealle osastolle ja kysyivätkö he henkilökunnalta apua löytääkseen perille. Vastanneista lähes kaikki, 97,2 % löysi hyvin perille ja henkilökunnalta apua joutui kysymään 21,1 % vastanneista (liite 2).

#### 6.4 Avoimet kommentit

Koska kyselylomakkeesta oli jäänyt viimeinen, avoimena esitetty kysymys parannus- ja muutosehdotuksista kokonaan pois, niin tähän ei luonnollisesti ole vastauksia saatu. Vastauslomakkeista löytyi kyllä muutamia avoimia kommentteja, sekä kysymyksessä 11 vastaaja sai kertoa syyn, mikäli hän ei ilmoittautunut automaatilla. Käyn tässä luvussa läpi kertyneitä kommentteja, sekä kysymyksen 11 vastauksia.

Kyselyyn osallistuneista 4 henkilöä vastasi, ettei suorittanut ilmoittautumista automaatilla. Yksi vastaajista kertoi syyksi, ettei ole koskaan käyttänyt tietokonetta ja toinen ilmoitti, ettei yksinkertaisesti halua käyttää automaattia. Kolmannella vastaajalla oli lähete suoraan röntgeniin, joten hänen ei tarvinnut ilmoittautua. Vastaajista neljäs yritti automaatilla ilmoittautumista, mutta hän kertoi laitteen jumiutuneen omaisten tietojen kohdalla, eikä hän päässyt enää jatkamaan loppuun asti.

Avoimia kommentteja löytyi yhteensä seitsemästä vastauslomakkeesta. Koska kommentteja ei ole kovin montaa, niin päätin ottaa kaikki mukaan tähän kappaleeseen. Seuraavana avoimia kommentteja vastauksista:

”Laite on hidas, muuten hyvä. Tekstin kontrasti voisi olla parempi”.

”Hidas! Kelakortin käyttöohje!?”.

”Humpuukia”.

”Ei halua jatkossa käyttää automaattia”.

”Ohjaa kyllä, mutta ei näe lukea + ei kokemusta tietokoneista”. Vastaja oli jättänyt tämän kommentin automaatin käyttöohjeistuskysymyksen yhteyteen.

”Laite keskeneräinen, kaipaa viilausta”.

Yksi avoimen kommentin jättäneistä myös ilmoitti, että teksti on liian pientä, joten rastit eivät tahdo osua oikeaan kohtaan. Tämä kommentti oli enemmän tarkoitettu lomakkeen ulkonäköön liittyen.

## **7 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET**

Tässä luvussa käyn läpi johtopäätökseni tutkimustulosten pohjalta. Vertailen myös tekemiäni johtopäätöksiä teoreettiseen viitekehukseen. Luvun viimeisessä kappaleessa käsittelen reliabiliteettia ja validiteettia yleisesti, sekä pohdin oman tutkimukseni luotettavuutta.

### **7.1 Taustatiedot**

Taustatiedoissa kysyttiin vastaajan sukupuoli ja ikä. Tulokset osoittavat, että suurin osa kyselyyn vastanneista oli naisia. Mielestäni näiden tulosten pohjalta ei kuitenkaan voida yleistää naisten asioivan sairaalassa enemmän, vaan tuloksiin on voinut vaikut-



taa myös se, että naiset ovat herkemmin osallistuneet kyselyyn ja palauttaneet lomakkeen. Ikäjakauma on oleellinen osa tutkimusta, sillä käyttökokemuksen vastauksia on vertailtu ikäryhmittäin. Taustatietojen tuloksista on selkeästi havaittavissa, että sairaalan ilmoittautumispisteellä asioi suurimmaksi osaksi vanhempaa ikäpolvea. Ainakin tutkimusjakson aikana asioineiden ikä painottuu selkeästi 56–75 ikävuoden välille. Toki sairaalassa käy varatuilla vastaanottoajoilla kaiken ikäisiä, ja tutkimustulosten painottuminen vanhempaan väestöön voi johtua myös siitä, että tutkimus aloitettiin silmätautien poliklinikalla.

Toisaalta tutkimuksen kannalta on hyväkin, että vastauksia saatiin runsaasti nimenomaan vanhemmilta ikäryhmiltä. Tutkimusongelmana on selvittää miten sähköinen itseilmoittautuminen otetaan vastaan, ja mielenkiinto keskittyy enemmänkin juuri vanhempaan ikäpolveen ja heidän käyttökokemuksiinsa. Kun vastauksia saatiin suurimmaksi osaksi juuri tältä kohderyhmältä, niin tutkimustuloksia voidaan paremmin yleistää 56–75 –vuotiaisiin käyttäjiin.

Taustatiedoissa haluttiin myös kartoittaa vastaajien kotikunta. Kysymys oli aseteltu avoimeksi kysymykseksi heti ikäluokkien jälkeen. Kuten tuloksista huomataan, niin tähän kysymykseen saatiin vastauksia vain 28 henkilöltä, joten peräti 50 jätti ilmoittamatta kotikuntansa. Kysymys ei ollut tutkimuksen kannalta tärkeimpiä, mutta puuttuvien havaintojen suuri määrä laittoi miettimään oliko kysymys aseteltu epäselvästi. Vilkka (2007, 108) määrittelee puuttuvan havainnon havaintoyksikön arvoksi, josta ei ole tietoa. Syystä tai toisesta havaintoyksiköt ovat jättäneet vastaamatta kysymykseen tai he ovat vastanneet epäselvästi. Tässä tapauksessa kotikunta – kohta on luultavasti jäänyt monelta kokonaan huomaamatta. Jälkikäteen mietittynä kysymyksen olisi voinut asettaa lomakkeella toiseen kohtaan tai lihavoida tekstin, jotta se olisi erottunut paremmin ja sitä kautta vastauksia olisi voinut tulla enemmän.

## **7.2 Sähköinen asiointi**

Tutkimuksen kannalta tärkeimpiä kysymyksiä olivat vastaajien kokemukset sähköisestä itseilmoittautumisesta. Kokonaisuudessaan vastaajat kokivat automaatin käytön melko helpoksi tai erittäin helpoksi. Tutkimusongelman kannalta oli tärkeää selvittää erityisesti vanhemman ikäluokan kokemuksia sähköisen palvelun käytöstä. Kun ote-

taan huomioon, että suurin osa kyselyyn vastanneista on yli 56 -vuotiaita, ja käyttökokemusten tulokset kertovat automaatin käytön olevan pääosin helppoa, niin näiden pohjalta voidaan päätellä automaatin saaneen onnistuneen vastaanoton. Vastaajien joukossa oli myös automaatin käytön joko melko tai erittäin vaikeaksi kokevia, mutta lukumääräisesti heitä ei ollut kovin montaa, joten yleisesti voidaan todeta automaatin käytön koettavan helpoksi.

Palvelun laatua käsittelevässä luvussa 2.3 kerrotaan, että palvelun laatu on sitä, miten asiakkaat sen kokevat. Asiakas kokee palvelun laadun hyväksi kun kokemus vastaa tai ylittää hänen odotuksensa. Ylikosken (1999, 125) mukaan itsepalveluperiaatteella toimivissa palveluissa asiakkaan odotukset kohdistuvat erityisesti laitteen toimivuuteen ja käyttöohjeiden selkeyteen. Tässä kohtaa teoriaa ja tutkimustuloksia verratessa voidaan todeta asiakkaiden kokeneen automaatin palvelun laadun hyväksi. Lähes kaikki vastanneet olivat sitä mieltä, että automaatin käyttöohjeistus on riittävä ja valtaosa koki myös automaatin käytön helpoksi.

Palvelumuotoilun tavoitteissa on määritelty, että palvelujen tulee olla helposti käytettäviä, ymmärrettäviä ja johdonmukaisia, jotta palvelun käyttö olisi loogista kaikissa palvelukanavissa ja kontaktipisteissä (Koivisto 2007, 69). Tässä tapauksessa palvelutuokiona on automaatilla ilmoittautuminen, jolloin asiakas ja palveluntarjoaja ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Palvelun kontaktipisteenä taas on esine, eli itse automaatti, jonka kautta asiakas kokee, näkee ja aistii palvelun.

Ylikoski (1999, 243) mainitsee, että mikäli asiakkaan halutaan osallistuvan palvelun tuottamiseen, häntä täytyy ohjata. Ohjaus voi tapahtua ennen palvelua, palvelun aikana tai siitä poistuttaessa, ja ohjaus voi olla joko henkilökohtaista tai kirjallisilla ohjeilla toteutettua. Edellä mainittujen tutkimustulosten pohjalta voidaan myös tehdä johtopäätös, että automaatin yhteydessä ollut ohjeistus on rakennettu riittävän kattavaksi, ja sen myötä asiakkaat ovat myös kokeneet automaatin käytön helpoksi. Onnistunut käyttökokemus luo asiakkaalle positiivista mielikuvaa palvelusta ja lisää luotettavuutta. Kuten toiminnallisessa laadussa todetaan, niin asiakas muodostaa kokemuksensa palveluprosessin sujuvuuden perusteella.

### 7.3 Asioinnin sujuvuus

Suurin osa vastaajista koki automaatilla asioinnin olevan melko nopeaa. Kun verrataan asioinnin sujuvuuden ja automaatin käytön helppouden tuloksia ikäryhmien sisällä, niin asioinnin sujuvuudessa on enemmän hajontaa vastausten kesken. Melko nopeaksi ja erittäin nopeaksi palvelun kokeneita on tässäkin eniten, mutta palvelun melko hitaaksi kokeneita löytyy kaikista ikäryhmistä.

Automaatin käytön helppouden ja asioinnin sujuvuuden tulosten ristiintaulukointi osoitti, että näillä kokemuksilla on yhteys toisiinsa. Vastaukset jakautuivat pääosin niin, että automaatin käytön erittäin helpoksi kokeneet olivat myös sitä mieltä, että asioinnin sujuvuus on ollut erittäin nopeaa. Samoin melko helpoksi käytön kokeneet kokivat myös asioinnin melko nopeana, myös käytön erittäin vaikeaksi arvioineista 50 % koki sujuvuudenkin erittäin hitaana.

Huomioitava poikkeus oli kuitenkin se, että puolet automaatin käytön melko vaikeaksi kokeneista olivat sitä mieltä, että asiointi on sujunut erittäin nopeasti. Tässä on ehkä vaikeus tullut siitä, että automaatin käyttö on ollut uutta, mutta hyvillä ohjeilla ja opastuksella asiointi on sujunut nopeasti. Samanlainen havainto oli myös erittäin vaikeaksi käytön kokeneiden kohdalla, jossa yhteensä 25 % vastanneista kuitenkin piti asioinnin sujuvuutta joko melko tai erittäin nopeana. Näistä tuloksista voidaan tehdä johtopäätös, että vaikka automaatin käyttö koettaisiin vaikeaksi, niin asiointi voi siitäkin huolimatta olla sujuvaa. Tähän vaikuttaa merkittävästä edellä mainittu hyvä ohjeistus, ja jatkossa myös se, että asiakkaat tottuvat sähköisen palvelun käyttöön.

Sähköisiä palveluita käsittelevässä luvussa 3.1 kerrotaan, että sähköisellä palvelulla on tarkoitus tuoda vaihtoehtoinen tapa perinteisen asioinnin rinnalle ja näin parantaa asioinnin sujuvuutta. Koska kysely on tehty heti sähköisen palvelun käyttöönottovaiheessa, niin asiointi varmasti koetaan alussa hieman hitaana. Toimintatapa on kaikille uusi, ja uuteen tottuminen vie aina oman aikansa. Itsekin ilmoittautumista hetken aikaa seurattuani huomasin, että asiakkaat hieman hämmentyivät kun heidät ohjattiin perinteisen palvelupisteen sijasta automaatille.

Moni vastaaja saattoi kokea ilmoittautumisen hitaana siitäkin syystä, että heillä meni hetken aikaa totutella kosketusnäytölliseen automaattiin, eivätkä he ensikertalaisina

tienneet miten ilmoittautumisprosessi tulee etenemään. Vaikka automaatilla suoritettu ilmoittautuminen olisikin todellisuudessa vienyt vähemmän aikaa kuin perinteinen ilmoittautuminen luukulla vuoronumeroineen, saattaa asiakas näin alussa kokea sähköisen palvelun hitaampana. Kinnusen (2004,23) mukaan asiakas vertailee palvelusta saamaansa hyötyä tekemiinsä uhrauksiin, ja näiden pohjalta kokee saaneensa palvelusta jonkin arvon. Automaatin käytön vaikeaksi tai asioinnin hitaaksi arvioineet vastaajat voivat kokea uhranneensa enemmän, kuin mitä palvelun lopputulos on heille ehkä antanut. Tämä voi johtua siitä, että nämä henkilöt ovat joutuneet käyttämään asiointiin enemmän aikaa kuin henkilöt, kenelle asiointi oli helppoa ja sujuvaa.

Mielestäni asioinnin sujuvuus on asia, joka tulee kehittymään vain käytön myötä. Toki hyvillä ohjeistuksilla on jatkossakin merkittävä rooli, sillä automaatilla tulee asioimaan joka päivä henkilöitä, joille ilmoittautumiskerta on ensimmäinen sähköisesti toteutettava. Kuten yhdestä avoimesta kommentistakin kävi ilmi, niin ilmoittautujien joukossa on myös henkilöitä, jotka eivät ole olleet koskaan tietokoneiden kanssa tekemisissä. Näissä tilanteissa hyvä ohjeistus on tärkeää ja toki asiakas voi ilmoittautua myös perinteisellä asiointipisteellä. Jatkossa tulisi edelleenkin huolehtia selkeistä ohjeistuksista ja varautua henkilökunnan puolelta avustamaan ilmoittautumisen yhteydessä, mikäli asiakas apua tarvitsee.

#### **7.4 Työn luotettavuus**

Tutkimuksessa pyritään aina välttämään virheiden syntymistä, mutta silti tulosten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat. Tämän vuoksi tutkimuksen luotettavuutta pyritään arvioimaan kaikissa tutkimuksissa. Ensimmäinen edellytys luotettavuudelle on, että tutkimus on tehty tieteelliselle tutkimukselle asetettujen kriteerien mukaan. Luotettavuutta kuvataan kahdella käsitteellä: validiteetti ja reliabiliteetti, nämä muodostavat yhdessä kokonaisluotettavuuden mittarin. (Hirsjärvi ym. 2007, 226; Heikkilä 2010, 185.)

Tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia, eli reliabiliteetti arvioi tulosten pysyvyyttä mittauksesta toiseen (Vilkkä 2007, 149). Käytännössä tämä tarkoittaa tutkimukselle sitä, että ollakseen reliaabeli tulee tutkimustulosten olla täysin samat, mikäli tutkimus toistettaisiin eri tutkijan toimesta. Heikkilän (2010, 187) mukaan tutkimusta voidaan mitata sisäisellä ja ulkoisella re-

liabiliteetilla. Mikäli sama tilastoyksikkö mitataan useampaan kertaan ja tutkimustulokset ovat samat, niin tätä kutsutaan sisäiseksi reliabiliteetiksi. Ulkoisella reliabiliteetilla tarkoitetaan sitä, että mittaukset ovat toistettavissa myös muissa tutkimuksissa ja tilanteissa.

Toinen tutkimuksen arviointiin liittyvä käsite on validius, tämä tarkoittaa mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata (Hirsjärvi ym. 2007, 226). Heikkilän (2010, 186) mukaan sisäisellä validiteetilla tarkoitetaan sitä, vastaavatko mittaukset tutkimuksen teoriaosassa esitettyjä käsitteitä. Ulkoinen validiteetti taas tarkoittaa sitä, että myös muut tutkijat tulkitsevat tutkimustulokset samalla tavoin. Kyselytutkimuksessa validiteettiin vaikuttaa se, miten onnistuneita kysymykset ovat eli voidaanko niiden avulla saada ratkaisu tutkimusongelmaan (Heikkilä 2010, 186).

Omassa tutkimuksessani kysymykset oli rakennettu yhteistyössä toimeksiantajan kanssa niin, että niillä pystyttiin selvittämään vastaajien kokemuksia automaatin käytöstä. Kysymykset muotoiltiin hyvin yksinkertaisiksi ja selkeiksi, joten en usko vastaajien ymmärtäneen niitä väärin. Kaikkiin kysymyksiin ei kuitenkaan ollut jokaisella lomakkeella vastattu, mutta uskon sen lähinnä johtuneen joko vastaajan kiireestä saada lomake äkkiä täytettyä tai vastaajalla ei ollut mielenkiintoa täyttää jokaista kohtaa. Ainoa suurempi vastauskato oli kotikuntaa kysyttäessä. Kuten aiemmin tässä luvussa jo pohdinkin, niin tähän on varmasti vaikuttanut se, että vastaajat eivät ole huomanneet kysymystä.

Kuten luvussa 5.4 mainitsin, niin lomakkeiden tarkistusvaiheessa huomasin avoimen kysymyksen jääneen tulostetuista kyselylomakkeista kokonaan pois. Avoimella kysymyksellä oli tarkoitus tiedustella mahdollisia parannus- ja muutosehdotuksia joko automaatin käyttöön tai sairaalan opasteisiin liittyen. Kysymyksen puuttuminen ei sinällään vaikuta tutkimustuloksiin, mutta olisi toki ollut mielenkiintoista saada avoimia kommentteja enemmän. Olisin ehkä itse voinut rakentaa lomakkeen pdf- tiedostona, jolloin asettelu olisi säilynyt samana myös tulostettaessa.

Alkuperäinen tavoitteeni oli saada 100 vastausta, mutta lopullinen otoskoko oli 78. Vastausmäärässä olisi varmasti päästy tavoitteeseen jos kyselyn kesto olisi vielä pitkitetty. Käydessäni hakemassa palautuneita lomakkeita huomasin, että henkilöllä, ku-

ka ohjeisti asiakkaita automaatin käytössä, oli riittävästi tekemistä siinäkin hommassa, joten kyselylomakkeiden jako jäi melko vähäiseksi. Koska en itsekään pystynyt aikataulullisesti kyselyä suorittamaan, niin päätin tämän vastausmäärän riittävän. Olen tyytyväin tähänkin vastausmäärään ja etenkin, kun vastauksia saatiin eniten juuri vanhemmalta väestöltä.

Vastaukset on kerätty sekä silmätautien poliklinikalta että sairaalan pääaulasta. Käsitelmin vastaukset yhtenä kokonaisuutena, erottelematta kummasta paikasta lomakkeet ovat palautuneet. Vaikka vastauksia on kerätty kahdesta eri paikasta, en usko tämän vaikuttavan tutkimuksen luotettavuuteen. Kyselylomake on ollut molemmissa paikoissa täysin sama, ja asiakkaat on ohjeistettu samalla tavalla ilmoittautumaan automaattilla. Silmätautien poliklinikka tosin on oma yksikkönsä, joten asiakkaan ei ole ilmoittautumisen jälkeen tarvinnut etsiä oikeaa osastoa, joten tämä on ehkä vaikuttanut vastauksiin koskien sairaalan opasteita ja löysikö asiakas hyvin perille. Muuten en usko vastauspaikan vaikuttaneen automaatin käyttökokemuksiin.

Tutkimusta voidaan pitää luotettavana, sillä kysymyksiin oli vastattu johdonmukaisesti ja ne antavat vastauksen tutkimusongelmaan. Suurempi otoskoko olisi toki tuonut tutkimukselle lisää luotettavuutta ja tuloksia olisi voinut sitä myötä yleistää enemmän. Tutkimukseni kyselylomaketta voisi käyttää uudelleen ja tutkimus on toistettavissa.

## **8 LOPUKSI**

Opinnäytetyön aiheen valinta tuli ajankohtaiseksi alkuvuodesta 2013. Itselläni ei tuolloin ollut mielessä valmista aihetta, tai toimeksiantajaa kenelle opinnäytetyön olisin voinut tehdä. Sain helmikuussa 2012 koulun kautta toimeksiannon tehdä käyttäjäkyselyn Etelä-Savon Sairaanhoidopiirille. Aihe tuntui kiinnostavalta, koska kyseessä oli oikea toimeksianto, ja käyttäjäkysely koski uutta sähköistä palvelua, joten tutkittava aihe oli toimeksiantajallekin uusi juttu.

Opinnäytetyöprosessi alkoi heti helmikuussa tapaamisella toimeksiantajan kanssa, jolloin lähdettiin hahmottelemaan kyselylomakkeen sisältöä. Alkuperäinen aikataulu oli, että kysely suoritettaisiin kevään 2013 aikana, tähän aikatauluun tuli kuitenkin muutos, ja aloitus siirrettiin toukokuulle 2013. Olin tehnyt kyselylomakkeen jo valmiiksi yhteistyössä sekä toimeksiantajan että ohjaajani kanssa, myös teoreettista viite-

kehystä olin alustavasti hahmotellut. Aikatauluun tuli vielä yksi muutos, joten koko projekti siirtyi syksyyn. Hetken mietin, että vaihdanko aihetta, jotta saisin kesän aikana opinnäytetyön kirjoitettua, mutta halusin pysyä tässä aiheessa silläkin vaihtoehdolla, että valmistumiseni siirtyy joulukuulle 2013.

Kyselyn siirryttyä syksyille, päätin ottaa tavoitteekseni kirjoittaa kesän aikana teoriaosuuden valmiiksi. Kirjoittamisen aloittaminen oli erittäin vaikeaa, ja lykkäsin asiaa loppukesälle saakka, teorian tarkka sisältökään ei ollut minulle vielä hahmotunut. Aloitin kirjoitusprosessin tutkimalla aiheeseen liittyviä teoksia, poimin viitteitä ylös ja yhdistelin eri lähteiden tietoja. Pikkuhiljaa alkoi tarkentua teorian rakenne ja pääsin kirjoittamiseen käsiksi. Tämän jälkeen työ edistyikin kovaa vauhtia, ja elokuun loppuun mennessä minulla oli lähes valmiina koko teoriaosuus. Matkan varrella hajosi myös yksi muistitikku ja sen mukana poimimiani lähdeviitteitä ja tekstipätkiä, mutta onneksi sain itse työn pelastettua.

Koulun alkaessa elokuussa, oli vielä epävarmaa saanko opinnäytetyön valmiiksi syksyn ensimmäiseen valmistumisajankohtaan. Kysely päästiin onneksi aloittamaan syyskuun puolella välissä, tosin tässäkin tuli viime hetken muutoksia, kun toiminta aloitettiin sairaalan pääaulan sijaan silmätautien poliklinikalta. Alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen vastauksia siis kerättiin kahdesta eri paikasta. Vastausten käsittely ja syöttäminen SPSS – ohjelmaan kävi yllättävän helposti, mutta koin tulosten käsittelyn aluksi hieman haastavana. En heti tiennyt miten lähden tuloksia purkamaan ja minkälaisia tulosteita tutkimusongelman kannalta tarvitsisin. Sain tähän kuitenkin apuja koululta, ja pääsin kirjoittamaan tuloksia lokakuun alussa.

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli tehdä käyttäjäkysely sähköisestä itseilmoittautumisesta, jotta Etelä-Savon sairaanhoitopiiri saa tietoa kuinka sähköinen palvelu on otettu vastaan, ja tulosten perusteella toimeksiantaja voi arvioida itseilmoittautumisprojektin onnistumista. Tulosten mukaan itseilmoittautumisen käyttöönotto on sujunut hyvin, ohjeistus on ollut selkeää ja käyttäjät ovat kokeneet automaattilla asiointin pääosin helppona ja sujuvana. Mikäli tutkimus toistettaisiin esimerkiksi puolen vuoden päästä, niin tässä tutkimuksessa käytettyä kyselylomaketta voitaisiin hyödyntää, mutta tekisin nyt saatujen tietojen perusteella lomakkeen aseteluihin muutoksia.

Olen kokonaisuudessaan tyytyväinen opinnäytetyöprosessiin ja lopputulokseen. Sain työn valmiiksi melko nopealla aikataululla, tulokset vastasivat tutkimusongelmaan ja teoreettinen viitekehys rakentui mielestäni toimivaksi kokonaisuudeksi. Opin prosessin aikana paljon, vaikeita hetkiä oli monia ja työ seisoikin useaan otteeseen. Olin kuitenkin päättänyt, että haluan valmistua marraskuussa ja tein töitä sen mukaisesti. Olen ehkä itsekkin vähän yllättynyt, että ehdin saada työn valmiiksi, mutta tavoitteeseen päästiin, kaikilta osin.



## LÄHTEET

Bergström, Seija & Leppänen, Arja 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.

Elinkeinoelämän keskusliitto 2005. Palvelut 2020 –Kohti palvelujen tulevaisuutta. Väkiraportti. WWW-dokumentti.

[http://www.hpl.fi/ek\\_suomeksi/osaaminen/tulevaisuuden\\_osaamistarpeet/palvelut2020/PDF/Palvelut\\_2020-valiraportti.pdf](http://www.hpl.fi/ek_suomeksi/osaaminen/tulevaisuuden_osaamistarpeet/palvelut2020/PDF/Palvelut_2020-valiraportti.pdf). Luettu 23.7.

Grönroos, Christian 2000. Nyt kilpaillaan palvelulla. Porvoo: WSOY.

Grönroos, Christian 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WSOY.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Heikkilä, Tarja 2010. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hämäläinen, Kai, Nyman, Jens, Björk, Peter & Lammi, Miia 2009. Markkinalähtöinen palvelumuotoilu innovaatiotoiminnassa. Desire-projektin loppuraportti. Taideteollinen korkeakoulu. PDF dokumentti.

[http://www.muova.fi/documents/key20130824090158/Raportit%20ja%20julkaisut/Desire\\_FINAL.pdf](http://www.muova.fi/documents/key20130824090158/Raportit%20ja%20julkaisut/Desire_FINAL.pdf).

Itseilmoittautuminen. 2012. Etelä-Savon sairaanhoitopiiri. WWW-dokumentti.

<http://www.esshp.fi/itseilmoittautuminen>. Päivitetty 3.10.2012. Luettu 19.7.2013.

Jaakkola, Elina, Orava, Markus & Varjonen, Virpi 2009. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua – Opas yrityksille. Tekes. Helsinki: Libris Oy.

Kinnunen, Ritva 2004. Palvelujen suunnittelu. Helsinki: WSOY.

Koivisto, Mikko 2007. Mitä on palvelumuotoilu – muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Taideteollinen korkeakoulu. Taiteen maisterin lopputyö. PDF dokumentti.

[http://www.muova.fi/documents/key20130725150813/Raportit%20ja%20julkaisut/Lopputyö\\_TaM\\_MikkoKoivisto\\_2007.pdf](http://www.muova.fi/documents/key20130725150813/Raportit%20ja%20julkaisut/Lopputyö_TaM_MikkoKoivisto_2007.pdf). Ei päivitystietoa. Luettu 25.7.2013.

Lecklin Olli 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Hämeenlinna: Talentum.

Lupaus 2016. 2013. Mikkelin kaupunki. Uutiskirje. WWW-dokumentti.

<http://newsread.hosting.fi/1369293542.25574751/>. Ei päivitystietoja. Luettu 9.9.2013.

Lämsä, Anna-Maija & Uusitalo, Outi 2002. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita.

Miettinen, Satu 2011. Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Teknologiaateollisuus. Helsinki: Teknologiainfo Teknova.

Moritz, Stefan 2005. Service Design. Practical access to an evolving field. Köln International School of Design. PDF dokumentti.

[http://stefan-moritz.com/\\_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf](http://stefan-moritz.com/_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf).

Palvelumuotoilu. 2013. Palmu Inc. WWW – dokumentti.

<http://palvelumuotoilu.fi/>. Ei päivitystietoja. Luettu 2.9.2013.

Pesonen, Hanna-Leena, Lehtonen, Jaakko & Toskala, Antero 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena: markkinointia, viestintää, psykologiaa. Jyväskylä: PS-kustannus.

Sinkkonen, Irmeli, Kuoppala, Hannu, Parkkinen, Jarmo & Vastamäki, Raino 2006. Käytettävyyden psykologia. Helsinki: Edita.

Tuulaniemi, Juha 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Talentum.

Valtiovarainministeriö 2005. Asiointipalvelujen kehittäminen tieto- ja viestintäteknikan keinoin. Työryhmämuistioita. WWW-dokumentti.

[http://www.vm.fi/vm/fi/04\\_julkaisut\\_ja\\_asiakirjat/01\\_julkaisut/04\\_hallinnon\\_kehittaminen/20051230Asioin/99202.pdf](http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/04_hallinnon_kehittaminen/20051230Asioin/99202.pdf). Luettu 14.8.2013.

Vilka, Hanna 2007. Tutki ja mittaa. Helsinki: Tammi.

Ylikoski, Tuire & Järvinen, Raija 2011. Asiakkaan kokema arvo kilpailutekijänä finanssialalla. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus.

Ylikoski, Tuire 1999. Unohtuiko asiakas? Toinen uudistettu painos. Keuruu: Ky-Palvelu Oy.

Wiskari, Juha 2009. Totuuden hetki. Hämeenlinna: Talentum.

Zeithaml, Valarie A, Bitner, Mary Jo 2003. Services Marketing. Boston Mass: McGraw-Hill.



**Taustatiedot**

Sukupuoli    Nainen    Mies

Ikä

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Alle 18-vuotias | <input type="checkbox"/> 45-55-vuotias                                   |
| <input type="checkbox"/> 18-25-vuotias   | <input type="checkbox"/> 56-65-vuotias                                   |
| <input type="checkbox"/> 26-35-vuotias   | <input type="checkbox"/> 66-75-vuotias                                   |
| <input type="checkbox"/> 36-45-vuotias   | <input type="checkbox"/> 76-85-vuotias <input type="checkbox"/> yli 85-v |

Kotikunta

Oletteko aiemmin käyttäneet sähköistä itseilmoittautumista tässä sairaalassa?

- Kyllä    En

**Sähköinen itseilmoittautuminen**

Miten arvioisitte kokemuksenne perusteella seuraavia asioita:

Automaatin käyttö?

- Erittäin helppoa    Melko helppoa    Melko vaikeaa    Erittäin vaikeaa

Asioinnin sujuvuus?

- Erittäin nopeaa    Melko nopeaa    Melko hidasta    Erittäin hidasta

Koetteko automaatin käyttöohjeistuksen riittävänä?    Kyllä    En

Koetteko sairaalan opasteet selkeiksi?    Kyllä    En

Löysittekö hyvin perille oikealle osastolle?    Kyllä    En

Jouduitteko kysymään henkilökunnalta apua löytääksenne perille?    Kyllä    En

En ilmoittautunut automaatilla. Miksi?

Mahdollisia   parannus-/muutosehdotuksia   kokemuksenne   perusteella?  
(esimerkiksi automaatin toiminnasta tai opasteiden toimivuudesta)

**TAULUKKO 1. Sukupuoli**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Nainen	46	59,0	67,6
Mies	22	28,2	32,4
Vastanneita	68	87,2	100,0
Ei vastausta	10	12,8	
Kaikki yhteensä	78	100,0	

**TAULUKKO 2. Ikäjakauma**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
18-25 v	2	2,6	2,6
26-35 v	2	2,6	2,6
36-45 v	5	6,4	6,5
45-55 v	8	10,3	10,4
56-65 v	20	25,6	26,0
66-75 v	26	33,3	33,8
76-85 v	13	16,7	16,9
Yli 85 v	1	1,3	1,3
Vastanneita	77	98,7	100,0
Ei vastausta	1	1,3	
Kaikki yhteensä	78	100,0	

TAULUKKO 3. Ikäjakauma 2

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Korkeintaan 25 v	2	2,6	2,6
26-35 v	2	2,6	2,6
36-45 v	5	6,4	6,5
46-55 v	8	10,3	10,4
56-65 v	20	25,6	26,0
66-75 v	26	33,3	33,8
Yli 75 v	14	17,9	18,2
Total	77	98,7	100,0
Ei vastausta	1	1,3	
Kaikki yhteensä	78	100,0	

TAULUKKO 4. Kotikunta

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Mikkeli	15	19,2	53,6
Juva	4	5,1	14,3
Pertunmaa	1	1,3	3,6
Nastola	1	1,3	3,6
Kangasniemi	2	2,6	7,1
Joroinen	1	1,3	3,6
Hirvensalmi	2	2,6	7,1
Ristiina	1	1,3	3,6
Pieksämäki	1	1,3	3,6
Vastanneita	28	35,9	100,0
Ei vastausta	50	64,1	
Kaikki yhteensä	78	100,0	

**TAULUKKO 5. Automaatin aiempi käyttö**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Kyllä	3	3,8	4,2
Ei	69	88,5	95,8
Vastanneita	72	92,3	100,0
Ei vastausta	6	7,7	
Kaikki yhteensä	78	100,0	

**TAULUKKO 6. Automaatin käytön helppous**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Erittäin helppoa	17	21,8	23,6
Melko helppoa	39	50,0	54,2
Melko vaikeaa	8	10,3	11,1
Erittäin vaikeaa	8	10,3	11,1
Vastanneita	72	92,3	100,0
Ei vastausta	6	7,7	
Kaikki yhteensä	78	100,0	

**TAULUKKO 7. Asioiden sujuvuus**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Erittäin nopeaa	21	26,9	28,8
Melko nopeaa	35	44,9	47,9
Melko hidasta	11	14,1	15,1
Erittäin hidasta	6	7,7	8,2
Vastanneita	73	93,6	100,0
Ei vastausta	5	6,4	
Kaikki yhteensä	78	100,0	



**TAULUKKO 8. Kokeeko vastaaja automaatin käyttöohjeistuksen riittävänä**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Kyllä	60	76,9	84,5
En	11	14,1	15,5
Vastanneita	71	91,0	100,0
Ei vastausta	7	9,0	
Kaikki yhteensä	78	100,0	

**TAULUKKO 9. Kokeeko vastaaja sairaalan opasteet selkeiksi**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Kyllä	65	83,3	89,0
En	8	10,3	11,0
Vastanneita	73	93,6	100,0
Ei vastausta	5	6,4	
Kaikki yhteensä	78	100,0	

**TAULUKKO 10. Löysikö vastaaja hyvin perille**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Kyllä	70	89,7	97,2
En	2	2,6	2,8
Vastanneita	72	92,3	100,0
Ei vastausta	6	7,7	
Kaikki yhteensä	78	100,0	

TAULUKKO 11. Kysyikö vastaaja apua löytääkseen perille

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Kyllä	15	19,2	21,1
En	56	71,8	78,9
Vastanneita	71	91,0	100,0
Ei vastausta	7	9,0	
Kaikki yhteensä	78	100,0	

TAULUKKO 12. Automaatin käytön helppous ikäryhmissä. Ristiintaulukointi

		Vastaajan ikäryhmä						Yli 75 v
		Korkeintaan 25 v	26-35 v	36-45 v	46-55 v	56-65 v	66-75 v	
Automaatin käytön helppous	Erittäin helppoa	11,8%		11,8%	17,6%	23,5%	23,5%	11,8%
	Melko helppoa		5,1%	7,7%	5,1%	25,6%	35,9%	20,5%
	Melko vaikeaa					50,0%	37,5%	12,5%
	Erittäin vaikeaa				25,0%		50,0%	25,0%

TAULUKKO 13. Automaatin käytön helppous ikäryhmissä. Ristiintaulukointi

		Vastaajan ikäryhmä						Yli 75 v
		Korkeintaan 25 v	26-35 v	36-45 v	46-55 v	56-65 v	66-75 v	
Asioiden sujuvuus	Erittäin nopeaa	4,8%		4,8%	14,3%	28,6%	28,6%	19,0%
	Melko nopeaa		2,9%	5,7%	5,7%	28,6%	40,0%	17,1%
	Melko hidasta	9,1%	9,1%	9,1%	9,1%	18,2%	27,3%	18,2%
	Erittäin hidasta			16,7%	16,7%	16,7%	33,3%	16,7%

TAULUKKO 14. Asioiden sujuvuus ja käytön helppous. Ristiintaulukointi

		Asioiden sujuvuus			
		Erittäin nopeaa	Melko nopeaa	Melko hidasta	Erittäin hidasta
Automaatin käytön helppous	Erittäin helppoa	64,7%	23,5%	11,8%	0,0%
	Melko helppoa	12,8%	71,8%	12,8%	2,6%
	Melko vaikeaa	50,0%	25,0%	25,0%	0,0%
	Erittäin vaikeaa	12,5%	12,5%	25,0%	50,0%

**TAULUKKO 15. Automaatin käyttöohjeistus ikäryhmittäin. Ristiintaulukointi**

	Vastaajan ikäryhmä							Yhteensä
	Korkeintaan 25 v	26-35 v	36-45 v	46-55 v	56-65 v	66-75 v	Yli 75 v	
Kyllä	2 3,3%	2 3,3%	5 8,3%	6 10,0%	15 25,0%	21 35,0%	9 15,0%	60 100,0%
En	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 18,2%	3 27,3%	4 36,4%	2 18,2%	11 100,0%
Vastanneita yhteensä	2 2,8%	2 2,8%	5 7,0%	8 11,3%	18 25,4%	25 35,2%	11 15,5%	71 100,0%

**TAULUKKO 16. Sairaalan opasteiden selkeys ikäryhmittäin. Ristiintaulukointi**

	Vastaajan ikäryhmä							Yhteensä
	Korkeintaan 25 v	26-35 v	36-45 v	46-55 v	56-65 v	66-75 v	Yli 75 v	
Kyllä	2 3,1%	2 3,1%	5 7,7%	8 12,3%	17 26,2%	21 32,3%	10 15,4%	65 100,0%
En	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 25,0%	3 37,5%	3 37,5%	8 100,0%
Vastanneita yhteensä	2 2,7%	2 2,7%	5 6,8%	8 11,0%	19 26,0%	24 32,9%	13 17,8%	73 100,0%